



**Diseño de una nueva identidad visual
para la Comuna de San Antonio**

Diseño de una nueva identidad visual para la Comuna de San Antonio

Tesis presentada a la Escuela de Diseño y Arquitectura de la
Pontificia Universidad Católica de Valparaíso
para optar al título de Diseño Gráfico

*Alumnas: Fernanda Murillo Órdenes y Gabriela Márquez Álamos
Profesora Guía: Michèle Wilkomirsky Uribe
Diciembre 2025, Viña del Mar
8525_EAD*

**Design of a new visual identity
for San Antonio**



Prólogo

La construcción de la imagen, identidad o marca de los municipios o ciudades es una necesidad que comunica sintéticamente aquello que una comuna representa y que quiere ser relevado para generar posicionamiento según las actividades económicas como el turismo, la cultura, etc.

Es el caso de la comuna de San Antonio, su marca no había tenido una renovación y requería de un nuevo diseño puerto que la actual requería agregar con más nitidez las cualidades de la comuna para fomentar el turismo más allá de la actividad portuaria.

Esta solicitud provino de parte de Carolina Quinteros, arquitecta, ex alumna de la escuela, y quizás más importante, sanantonina al igual que otros participantes de la mesa de informantes expertos con quienes Gabriela y Fernanda trabajaron durante el año.

Para su desarrollo, postulamos a un proyecto de Vinculación con el Medio en la categoría de Vinculación Académica otorgándole a las estudiantes la posibilidad de realizar y proponer un proyecto en un contexto real con informantes clave para ello: la delegación presidencial, la encargada

de cultura de la municipalidad, la gestora cultural Mercedes Somalo, personaje clave para este proyecto y parte fundamental de la mesa creativa de San Antonio; representantes del Puerto de San Antonio y de la Cámara de Comercio.

El proyecto fue tomando forma desde unas primeras propuestas hasta la que se presenta en esta memoria con diversas reuniones de retroalimentación hasta dar con una propuesta consensuada y ajustada al tiempo de la titulación. Para Gabriela y Fernanda la gestión de este proyecto así como la realización de las diversas reuniones con los actores claves no fue un problema mayor: en ellas esta es una fortaleza que permitió obtener un voto de confianza de los actores al ver su desempeño. Sin embargo, la verdadera dificultad fue lograr comprender que en diseño, y en particular en ésta área, la exactitud geométrica no basta para obtener un ícono: la observación de la naturaleza debe ser aguda: sintetizar y componer debe necesariamente obtenerse de un dibujo de observación detenido y repetido que permita comprender los irreductibles para lograr la síntesis formal de un ícono.

Agradecimientos

Este proyecto no habría sido posible sin el apoyo y la compañía de quienes han estado presentes a lo largo de este proceso. A mis padres, Viviana y Fernando, porque sin ustedes nada de esto habría sido posible, gracias por siempre creer en mí, acompañarme y no cortarme las alas. A mis amigos y compañeros que he conocido estos años, por hacer este camino mucho más ameno y divertido. A mis profesores, por su guía constante durante estos años. Y a mi compañera de título, Gabi: sin ti, esto no habría sido lo mismo, gracias por tu ayuda siempre y tus aprendizajes. A todas las personas que aportaron con su tiempo, sus palabras y su dedicación, les agradezco profundamente.

Fernanda Consuelo Murillo Órdenes

Agradecimientos

Mamá y papá, les quiero agradecer con todo mi ser darme la oportunidad de estudiar (de nuevo), gracias por su esfuerzo y motivación, por cada “te quedó lindo” y también por los “no lo entiendo mucho”, los amo con y por toda mi vida. A mis hermanas, que con su ojo artístico lograron aconsejarme de la mejor forma posible y recordarme cada cierto tiempo que si puedo. También quiero agradecer a mis amigas y amigo, hicieron de estos cinco años los más entretenidos, fueron muchas veces mi motivación para ir a la u, en especial esos días de invierno a las 8:15 am en matemáticas. A mi pololo y amigo, por su apoyo, por permitirme explicar mil veces mis ideas y por encontrar siempre todo lindo. Gracias a mi compañera y amiga de título Feña, por su infinita paciencia y por su responsabilidad incomparable, girl sin tu organización estaría escribiendo recién el título. Le agradezco a la Mine, que no puede estar hoy para verme pero sé que le hubiera encantado todo, que habría estado orgullosa y obviamente me habría preguntado en qué podría trabajar como diseñadora. Y finalmente, gracias a mi Leito hermosa, que con todas sus fuerzas intentaba en la mañana dejarme acostada con ella, estuvo a punto de lograrlo varias veces.

Gabriela Fernanda Márquez Álamos



Resumen

El presente proyecto aborda el diseño de una nueva identidad visual para la comuna de San Antonio, a partir de una solicitud de la Delegación Presidencial de San Antonio, gestionado con la Escuela de Arquitectura y Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Fue en este contexto donde se da inicio al proyecto de Título.

El proyecto contempla una investigación profunda de la comuna, la que está constituida por capas. La principal de ellas es el puerto, que forma parte importante de San Antonio, y además es parte de la proyección exterior que se ofrece de la comuna, tanto para el resto del país como para el extranjero. Bajo esta capa es posible encontrar cultura, tradiciones, además de áreas turísticas, cultura popular, oficios, entre otras. Sin embargo, estas otras capas suelen quedar ocultas, es por esto que su imagen aparece fragmentada, con representaciones aisladas que no logran transmitir la totalidad de sus áreas y características de manera conjunta.

Gracias al diseño, donde la observación, el croquis y el vínculo con lo que se observa son parte esencial del proceso creativo, se abarca este proyecto. Se toma como una oportunidad de aplicar estas herramientas y proponer un nuevo punto de vista a la creación de una identidad visual, que nace desde la observación del territorio y sus propios elementos.

Este proyecto no se reduce a la elaboración de un logotipo, sino que busca constituirse como un estudio que abarca desde la visita y conocimiento del territorio, y de sus características intangibles, hasta la creación de una identidad visual y estudio, que permita crear un sistema gráfico que logre abarcar todas las aristas de una identidad cultural y darle forma como una imagen que sea reconocible, propia de la comuna y atractiva, tanto para la misma comunidad y residentes, como por los turistas.

Resume

This project addresses the creation of a new visual identity for San Antonio, based on a request from the Delegación Presidencial Provincial managed by the Escuela de Arquitectura y Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. It was in this context that the project began.

The project involves in-depth research into the community, which is made up of layers, the main one being the port, which is one of the most important parts of the city's external image, both for the rest of the country and abroad. Under this layer, it is possible to find culture, traditions, tourist areas, popular culture, crafts, among other things. However, these other layers tend to remain hidden, which is why its image appears fragmented, with isolated representations that fail to convey the entirety of its areas and characteristics as a whole.

Thanks to the essential parts of the creative process of design, such as observation, sketching and the connection with what is observed, this project is approached. We took it as an opportunity to apply these tools and propose this point of view to the creation of a visual identity that is born from the observation of the territory and its own elements.

Therefore, this project is not limited to the creation of a logo, but seeks to constitute itself as a study of the territory, the creation of a visual identity, and a study of the territory itself that allows us to create a graphic system that shapes a recognizable, unique, and attractive identity, capable of being appropriated by both the community and residents, as well as by tourists who may visit San Antonio, Chile.

Introducción

La presente memoria de título desarrolla una propuesta de diseño para una nueva identidad visual de la comuna de San Antonio, Chile. El proyecto surge a partir de una solicitud de la Delegación Presidencial de San Antonio hacia la Escuela de Arquitectura y Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, con el objetivo de generar un sistema gráfico que represente de manera coherente y significativa la identidad del territorio.

A partir de una investigación sobre su territorio, cultura y comunidad, se identifican las cualidades principales de esta comuna, de esta manera logramos clasificar sus principales características en cinco conceptos que fueron fundamentales para darle desarrollo a la nueva identidad visual, de esta manera la propuesta de identidad visual que no busca imponer una imagen única o definitiva, sino abrir la posibilidad de construir un lenguaje gráfico común, capaz de dialogar con las distintas realidades del territorio.

Se plantea una identidad visual completa que sea reconocible, flexible y representativa, que pueda adaptarse a los distintos espacios de uso y voces. Desde esta perspectiva, la nueva identidad se entiende como una herramienta para poner en valor lo propio, visibilizar lo cotidiano y generar nuevas formas de conexión entre San Antonio, su gente y quienes lo visitan.



Marco Teórico

A lo largo de la memoria, se tratarán conceptos como identidad visual, branding territorial, diseño gráfico, entre otros. Entender el significado de dichos conceptos permitirá facilitar la lectura y comprensión de las diferentes etapas del proyecto de diseño, lo que, en consecuencia, dará fluidez y coherencia en su lectura.

Estos conceptos podrán servir para contextualizar las decisiones de diseño, justificar las propuestas presentadas y también para fortalecer la claridad del proceso creativo que se irá desarrollando en la extensión del documento.

Conceptos

Diseño gráfico: “El diseño gráfico es una actividad compleja que implica concebir, proyectar y realizar comunicaciones visuales con el objetivo de transmitir mensajes específicos a públicos determinados. Involucra la organización y selección de elementos como tipografía, imágenes, formas y color, y toma en cuenta factores sociales, culturales, estéticos y tecnológicos para crear diseños que sean tanto funcionales como estéticos.”
(Facultad de Arte y Diseño, Universidad Nacional de Cuyo. (s. f.). p. 1)

Diseñar: “Diseñar es coordinar una larga lista de factores humanos y técnicos, trasladar lo invisible en visible, y comunicar. Diseñar implica evaluar, implementar conocimientos, generar nuevos conocimientos, y usar la experiencia para guiar la toma de decisiones. En este libro la palabra «diseño» se usará para referirse al proceso de concebir, programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de factores y elementos -normalmente textuales y visuales- con miras a la realización de productos destinados a producir comunicaciones visuales.”
(Frascara, J. 2006, p. 23).

Identidad cultural: “La identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como la lengua (...) o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias (...) Un rasgo propio de estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial y anónimo, pues son producto de la colectividad”
(González Varas, 2000, citado en Valarezo, G. R. (Coord.), 2019, p.43).

Identidad visual: “La identidad visual se puede entender como un sistema coherente de signos gráficos —como el símbolo, el logotipo, la tipografía y la paleta de colores— que constituye la expresión visual de la identidad o personalidad de una organización. Este sistema gráfico permite diferenciar a la entidad, transmitir sus valores y mantener una línea común en todas sus comunicaciones visuales.”
(Universitat Politècnica de València, s. f., citado en Programa de identidad visual corporativa, p. 12).

Branding territorial: “El concepto de marca territorial se refiere a la creación y gestión de una identidad distintiva para un lugar, como una ciudad, región o país, con el objetivo de promover su desarrollo y competitividad. Este concepto aplica los principios del branding, tradicionalmente utilizados para productos y empresas, al contexto geográfico.”
(Almeida et al., 2023, p. 1)

Branding: “El branding es el proceso de diseñar, planificar y comunicar el nombre y la identidad, con el propósito de construir o gestionar la reputación.”
(Anholt, 2007, p. 4).

Comunicación visual: “Cuando hablamos de comunicación visual, nos referimos a actos de representación en los que, por un lado, existe un productor del mensaje que utiliza un conjunto de recursos visuales para comunicar a otros un conjunto de ideas, actitudes y valores. Pero, por otro lado, como nos ha enseñado la semiótica (Cobley, 2010), elementos como fenómenos naturales pueden comunicarnos algo en virtud de su forma o de significados culturales, como la luna, o los patrones en un animal que indican peligro. (...) En otras palabras, mediante nuestra experiencia física de estar en espacios compuestos por, y en relación con, estos fenómenos.”
(Machin, D. (Ed.), 2014, p. 7)

ÍNDICE

1

OPORTUNIDAD DE DISEÑO

1.1 SAN ANTONIO	12
1.2 PROBLEMÁTICA	14
EVALUACIÓN DE LA IMAGEN ACTUAL	14
ESTUDIO DE REFERENCIAS	16
1.3 OBJETIVOS	18
OBJETIVO GENERAL	18
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	18

2

PROCESO DE DISEÑO

2.1 OBSERVACIÓN Y ABSTRACCIÓN	24
SAN ANTONIO Y SUS ELEMENTOS A DESTACAR	24
ABSTRACCIÓN DE LOS CONCEPTOS CLAVES	26
2.2 PRIMERAS PROPUESTAS	28
2.3 VOLVER A OBSERVAR	40
2.4 PROPUESTAS PARA VALIDACIÓN	42
2.5 TRABAJO TÉCNICO DE DISEÑO	52

3

PROPUESTAS DE DISEÑO

3.1 PROPUESTA DE IDENTIDAD VISUAL	66
PROPUESTA ELEGIDA POR CLIENTE	66
APLICACIONES DE PROPUESTA IMAGOTÍPICA	67
PROPUESTA ELEGIDA POR LAS DISEÑADORAS	68
APLICACIONES DE PROPUESTA LOGOTÍPICA	69
3.2 ELEMENTOS DE IDENTIDAD VISUAL	70

4

ANEXOS Y BIBLIOGRAFÍA

4.1 ANEXOS	76
PROCESO DE DISEÑO: FERNANDA MURILLO	78
PROCESO DE DISEÑO: GABRIELA MÁRQUEZ	90
REUNIONES PARTICIPATIVAS, SAN ANTONIO	118
FOTOS DE VISITA A SAN ANTONIO	124
MANUAL DE USO	126
4.2 BIBLIOGRAFÍA	131

The background is a solid dark red color with a repeating pattern of stylized human figures in a lighter red shade. Each figure is composed of a circle for the head, a vertical line for the torso, and a horizontal line for the base, with some figures having a small circle above their heads. The figures are arranged in a grid-like pattern, slightly offset from each other.

**OPORTUNIDAD
DE DISEÑO**

San Antonio

Contexto de la Comuna

La Ciudad de San Antonio se encuentra en el extremo suroeste de la Región de Valparaíso, con una superficie de 1.551,6 km² según el diagnóstico PLADECO y una población de 168.046 habitantes, según el sitio oficial del Gobierno Regional de Valparaíso. Desde el año 1866, tras el bombardeo al puerto de Valparaíso, San Antonio asumió un rol clave como puerto auxiliar para embarques urgentes. Este antecedente marcó su importancia estratégica, lo que impulsó posteriormente el inicio de obras portuarias.

En 1912, la presencia del ferrocarril que llegó a Llole extendió su trazado hasta San Antonio, lo que potenció significativamente la actividad portuaria y el desarrollo urbano. Para este hecho se importó en 1911, desde Lyon, Francia, la Grúa 82, que fue utilizada para colocar la primera piedra del puerto y que sigue siendo en la actualidad un símbolo icónico.

Dentro de su contexto social actual, y de acuerdo a los diagnósticos del PLADECO (Plan de Desarrollo Comunal), la ciudad presenta una composición social diversa, con una fuerte presencia de familias trabajadoras y sectores medios vinculados al comercio, la pesca, la industria y los servicios portuarios, que desde la creación del puerto no ha dejado de crecer; de esta manera existen altos porcentajes de hogares encabezados por mujeres y adultos mayores, lo que ha generado desafíos sociales y de apoyo comunitario. La comuna tiene una red de organizaciones vecinales, fundaciones y centros comunitarios activos, que trabaja en ámbitos sociales, educativos y medioambientales. La municipalidad también impulsa constantemente procesos participativos para definir sus políticas locales, cultura, medio ambiente y planificación urbana. En su ámbito cultural, la comuna presenta

una fuerte presencia de expresiones contemporáneas en arte y patrimonio inmaterial, a partir de esto la comuna ha desarrollado proyectos para poder visibilizar su herencia patrimonial, como lo es el programa “San Antonio Patrimonio Vivo” (Fundación San Antonio), que identifica y más de 50 hitos patrimoniales, entre ellos muelles, grúas, barrios antiguos e historias. Símbolos como la Grúa 82, pieza emblemática declarada monumento histórico, que representa la modernización portuaria del siglo XX.

El motor económico histórico y actual de San Antonio es el puerto, considerado uno de los más importantes de Chile en volumen de carga y en infraestructura logística. Sin embargo, el comercio mayorista y minorista, los servicios de alojamiento, servicios de comida, manufactura, agricultura y pesca artesanal, también forman parte de la economía de la comuna, al igual que el turismo y la agroindustria que ha permitido en los últimos años el desarrollo de una zona vitivinícola reconocida internacionalmente.

El entorno urbano y su paisaje, se caracterizan por su fuerte vínculo portuario y conexión con el mar, lo que genera un paisaje dominado por infraestructuras industriales como contenedores, grúas y el puerto mismo. No obstante, cuenta con un ecosistema natural protegido, como los parques naturales, el Humedal Río Maipo, el Humedal Ojos de Mar y el Parque Dyr. Además, su área vitivinícola y enoturística, con vinos de clima costero, combina historia y gastronomía. Su patrimonio histórico bohemio influye en la percepción que se tiene de la comuna; la Grúa 82, el Faro Punta Panul y también el Museo MUSA muestran el patrimonio natural y cultural de la Comuna de San Antonio.

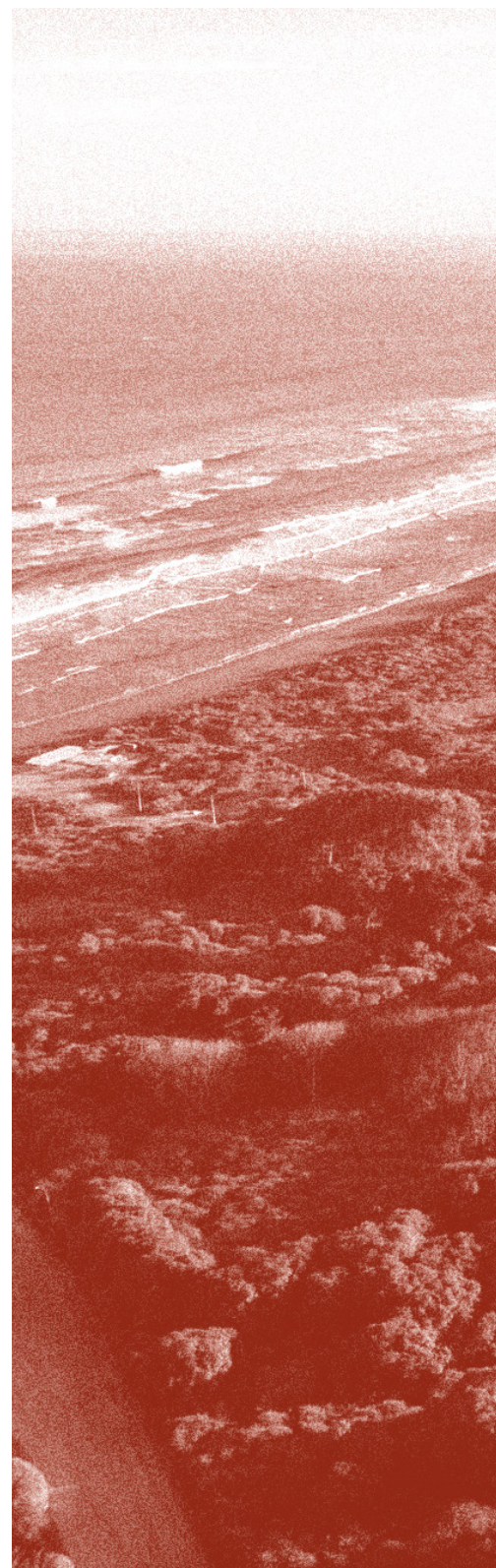




Figura 1. Humedal Río Maipo. Fuente: Currículum Nacional (s.f.)

Problemática

Evaluación de la imagen actual

Entre las primeras observaciones del logo, se puede destacar la ambigüedad y poca claridad del elemento amarillo, ya que, carece de una claridad tanto conceptual como gráfica, este no evidencia el qué representa, lo que dificulta la transmisión de un mensaje claro sobre toda la identidad de la comuna. Por otro lado, la unión de la tipografía con el diseño general, genera un contraste visual poco armonioso y dificulta la legibilidad, en especial si se trabaja en este tamaños pequeños. Por otro lado, un

tema que tampoco engloba de manera gráfica lo que San Antonio es como la comuna, es el color del logotipo. En la identidad visual actual de la comuna se abarcan los variados escenarios que conforman San Antonio en dos colores, desaprovechando la oportunidad de poder profundizar y expresar en variados o uncolor la identidad de la comuna. Además, la aplicación del logotipo es usada en colores que no están presentes en la versión oficial, lo que puede causar confusión en sus versiones.

Si bien la forma es simple, lo que permite su correcta aplicación en distintas materialidades y plataformas, carece de un impacto visual y comunicacional al ser tan limitado en su total. Entre la ambigüedad de los elementos y falta de integración con la tipografía, la imagen carece de elementos que puedan expresar de forma gráfica la riqueza y diversidad cultural, social y territorial que posee San Antonio, y la forma en los que se podrían comunicar tanto a nivel local como externo.



Figuras 2 y 3 - Logotipo Municipalidad de San Antonio. Fuente: Municipalidad de San Antonio (s.f)



Figuras 4 a 6. Aplicación de logotipo en terreno. Fuentes: Fotografía propia (2025)

Estudio de referencias

La segunda parte del diagnóstico consistió en buscar y analizar diferentes referentes en cuanto a imagen comunal y/o país. Dentro de las identidades visuales que se revisaron, y que destacan por su buen impacto tanto nacional como internacionalmente, están Perú y Valparaíso. Ambas identidades visuales son coherentes con la identidad local y comunican de forma explícita los valores del lugar que representan.

En el caso de Perú, el logotipo rescata e integra de manera efectiva el patrimonio cultural del país, como lo es la geometría precolombina dentro de la “P” y presente en la tipografía, con líneas y curvaturas que aportan un toque de tradición, historia y modernidad. Por otro lado, el color predominante es el rojo, presente en la bandera de Perú, que también contribuye y comparte con la identidad del país.

El segundo caso estudiado es el logotipo de

Valparaíso, diseñado por Rodrigo Mizala. En este caso predomina la estructura de un logo inspirado en el imaginario de la Región, que sigue una estructura vertical que se inspira en la forma natural creada por los cerros, usando colores vibrantes dentro de las tipografías a modo de representación de la bohemia y del patrimonio, lo que también se expresa a través de los trazos rugosos e irregulares.

Lo que se destaca de ambos referentes es el cómo logran rescatar esa complejidad cultural y territorial de un lugar y sintetizarla dentro de una imagen visual. En ambos ejemplos es el diseño el que, en vez de ser un limitante para crear una simbología que llame la atención, es capaz de construir una narrativa visual que contenga dentro de sí mismo historia, carácter local y diversidad. También se rescata cómo ambas logran equilibrar entre la tradición y la contemporaneidad,

por un lado en la marca Perú se hace a través del espiral y de un trazo manual, mientras que por su lado, Valparaíso, toma un lenguaje abstracto que logra reflejar su carácter bohemio, artístico y urbano. Dentro de los aspectos técnicos de diseño, los dos proyectos se consideran referentes por la capacidad que tienen para adaptarse a varias aplicaciones, manteniendo la calidad y esencia, y también por adaptarse a diferentes contextos, tanto internacionales como nacionales.

Estas son las características que logran que ambos casos sean buenos ejemplos de cómo una identidad visual debe funcionar; no como una imagen que quede estática ni que presente solo una cosa, sino como un lenguaje visual vivo, capaz de apropiarse, sostener y proyectar lo no tangible, y lo que expresa la identidad de un territorio en distintos contextos.



Figura 7. Logotipo de Marca Perú. Fuente: Perú Info (s.f)



Figura 8. Logotipo Municipalidad de Valparaíso. Fuente: Municipalidad de Valparaíso (s.f)

Objetivos

En base a ambas evaluaciones, y considerando la temporalidad que se tiene para desarrollar el proyecto. A continuación se plantea un objetivo general y tres objetivos específicos, que dictan el modo de trabajo.



Objetivo general

Diseñar una identidad visual para la comuna de San Antonio, para fortalecer el sentido de pertenencia de sus habitantes y contribuir al posicionamiento de la comuna como destino turístico a nivel nacional e internacional.

Objetivos específicos

- Desarrollar una identidad visual coherente y representativa de la Comuna de San Antonio.
- Crear un sistema gráfico aplicable en distintos soportes, tanto impresos como digitales.
- Validar e implementar la identidad visual con agentes estratégicos de San Antonio.



Figura 9. Fachada de la Municipalidad de San Antonio. Fuente: www.municipalidadsanantonio.cl

The background is a solid dark red color with a repeating pattern of stylized, light red letters and symbols, including 'S', 'O', 'I', 'N', 'D', 'E', 'S', 'I', 'G', 'N', and 'A'.

PROCESO DE DISEÑO

Observación y abstracción

El proceso de diseño inicia desde la observación y la abstracción, que busca trabajar desde lo no explícito y extraer partes de algunos elementos que forman la identidad de la comuna. Es por eso que en los siguientes puntos se evidenciará desde dónde nacen las propuestas y las bases iniciales de estas.

San Antonio y sus elementos a destacar

Como primer paso, se realizó un estudio que consistió en la visita a San Antonio. En ella se pudieron identificar variados escenarios que permiten abstraer cualidades claves que serán usados más adelante como elementos gráficos. El primero de ellos es el puerto, una de las áreas que se observan con mayor claridad, ya que se ubica en un espacio céntrico y relevante en la comuna. También se descubre la importancia y cuidado que tiene la comuna con sus áreas verdes y parques, los que incluye una variedad de humedales y ecosistemas protegidos, como lo es el Humedal Río Maipo.

Por otro lado, se identifica la relevancia que tienen las zonas de turismo vitivinícola, tanto en la economía local como en el conocimiento internacional de San Antonio. Sus viñas ofrecen experiencias que combinan degustación de vino, historia y gastronomía. El aporte del área vitivinícola no solamente se enfoca en el área económica, sino que también puede consolidar prácticas culturales, oficios y festividades que enriquecen su patrimonio inmaterial.

Como un cuarto elemento, se reconoce la presencia significativa del patrimonio material e inmaterial de la comuna. Dos ejemplos son la Grúa del 82' y el Faro Punta Panul, ambos no solo forman parte de la memoria colectiva y la identidad local, sino que crean una narrativa histórica dentro del paisaje. Su valor, tanto simbólico como cultural, los convierte en parte esencial de la historia portuaria, la arquitectura y fuentes relevantes de turismo.

Por último, y gracias a la reunión establecida con Mercedes Somalo, Productora y Gestora Cultural de la Comuna de San Antonio, se pudo identificar un elemento fundamental de la identidad local. La bohemia, ligada a lo musical, está presente en la identidad colectiva de la Comuna, obras como La Negra Ester, músicos como Roberto Parra y actividades como el Festival de Murgas y Comparsas, permiten moldear la personalidad de San Antonio y de su historia, por lo que también es considerada parte relevante de los elementos a destacar en la identidad visual.

Como se vió anteriormente, el propósito del diseño de una identidad visual es trabajarla desde la esencia, por lo que se deciden englobar estas grandes áreas en algunos conceptos más concretos, que servirán como guías para el diseño final. Se eligen estos conceptos, ya que son los que mejor engloban la riqueza cultural e identitaria de San Antonio, y porque permiten extraer de ellos formas, colores y texturas. Los conceptos que se utilizarán para el diseño de la identidad visual son: puerto, bohemia, entorno natural y humedales, enoturismo y, por último, el patrimonio material e inmaterial.

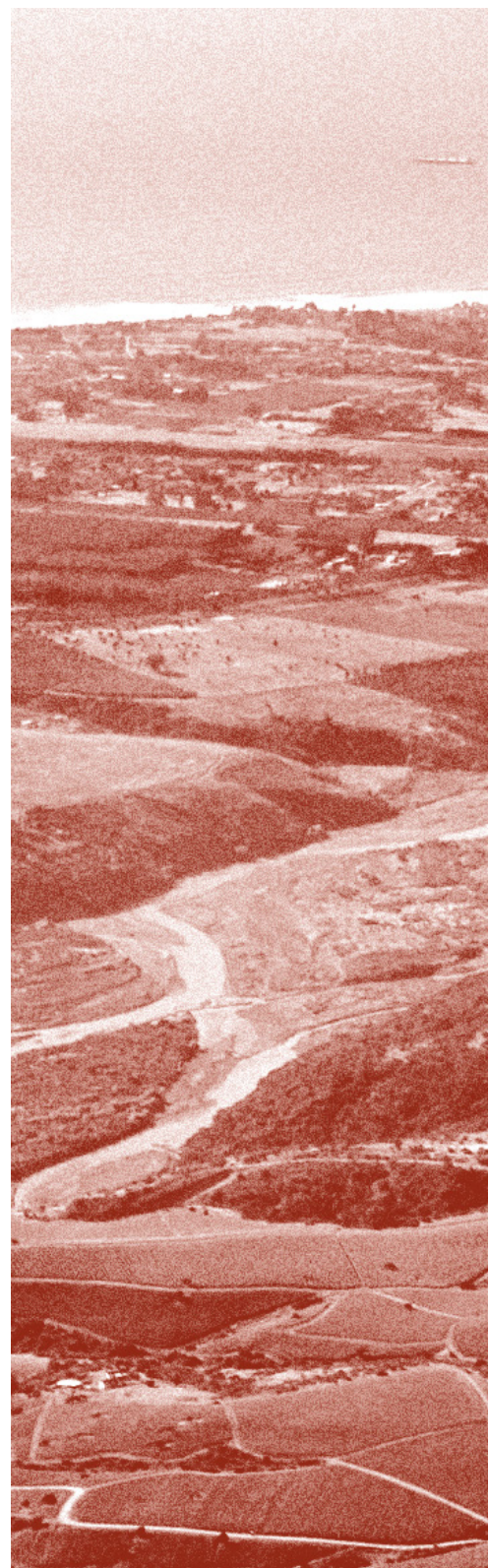




Figura 10. Mina Lejda. Fuente: *Vina Lejda (s.f)*

Abstracción de los conceptos clave

La segunda parte del proceso de diseño consiste en estudiar y abstraer elementos gráficos, como lo son colores, tipografías, formas, entre otros, de los conceptos mencionados en el punto anterior, con el objetivo de transformar esos elementos visuales en características gráficas.

Se comienza por el puerto, en el que se observa un entorno industrial que convive con el sector de los pescadores, creando una mezcla entre un espacio artesanal y uno industrializado. Esta dualidad de escenarios se une con las tipografías y colores utilizados en las carcasas de los botes pesqueros, características por su tipografía con

terminaciones sólidas, colores fuertes y vibrantes. Por otro lado, en los parques y humedales, es posible evidenciar la flora y fauna en gran variedad, de este escenario se abstraen formas más naturales y se evidencia la presencia de una paleta de colores que sigue la misma línea. De manera muy similar, es posible relacionar este ambiente con el área vitivinícola, que comparte algunos de los colores y formas orgánicas en los humedales y parques.

En contraste se encuentra el área patrimonial y arquitectónica, ambas dan formas imponentes dentro del paisaje. Se saca de este escenario las formas geométricas y

el color del óxido, presente en los botes pesqueros y en los contenedores. Por último, está la bohemia, una mezcla de elementos abstractos que son observados con detención en el Festival de Murgas y Comparsas. Características como lo son el movimiento, el ritmo y vínculo de la comunidad, permiten dar cuenta de esta yuxtaposición de elementos que conforman esta identidad artística. Los disfraces, instrumentos, banderas y serpentinas, y la gran variedad de colores vivos y festivos, realzan el concepto de celebración y unidad, que forman parte de la identidad de San Antonio.

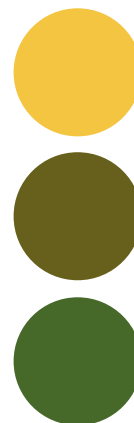
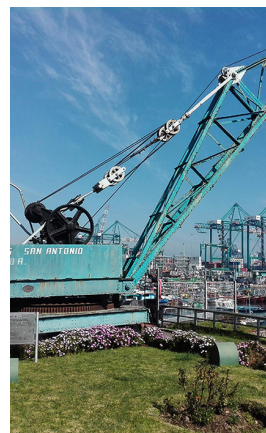
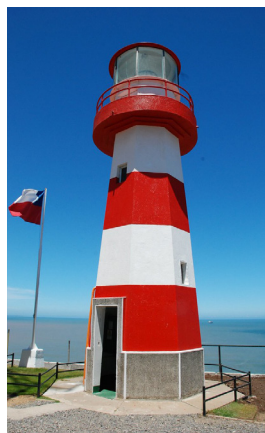
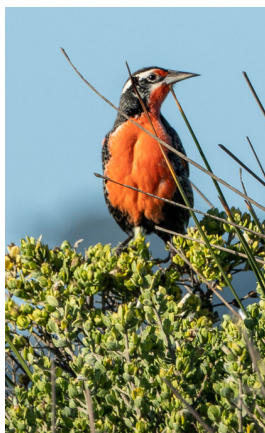




Figura 11. Botes pesqueros de San Antonio Fuente: ACHM (s.f)



Figura 12. Humedal Río Maipo. Fuente: Humedal Río Maipo (s.f)



Figura 13. El Embrajo volvió a Lo Gallardo. Fuente: Municipalidad de San Antonio (s.f)

Primeras propuestas

Las primeras propuestas se diseñan desde los conceptos y elementos recogidos en el proceso de observación y abstracción, así como de la visita a San Antonio. Se comienza a trabajar de forma paralela en propuestas logotípicas e imagotípicas y otras iconográficas e isotípicas, buscando de ampliar el abanico de propuestas y poder ir descartando opciones.

Los avances de las propuestas logotípicas se diseñan bajo un trabajo de abstracción de la forma de las ventanas de algunos edificios patrimoniales característicos de la comuna, como lo es la Municipalidad de San Antonio.

Proceso

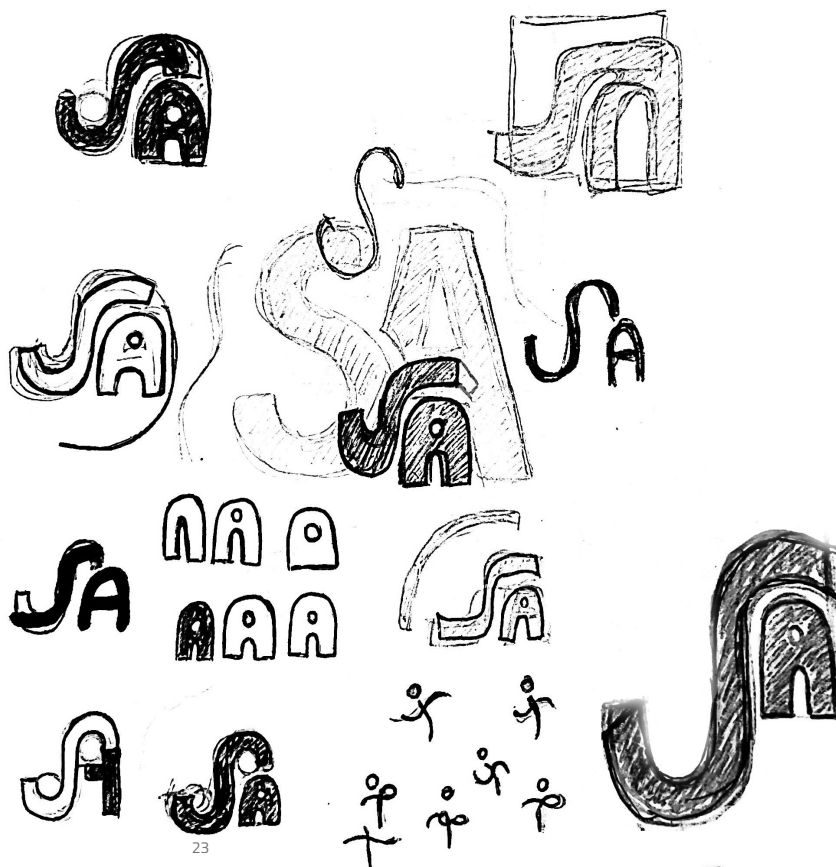


Se proponen desde esta forma con la idea de que pueda ser esa geometría la que permita unir las iniciales de la comuna, y mantener un vínculo con el patrimonio arquitectónico. Además, se decide sobre una paleta de colores que darpa forma a las primeras propuestas. Esta paleta se basa en los variados escenarios presentes en San Antonio, y además en los 5 conceptos mencionados anteriormente. La paleta estaría conformada por rojo, naranja, azul, verde y amarillo.

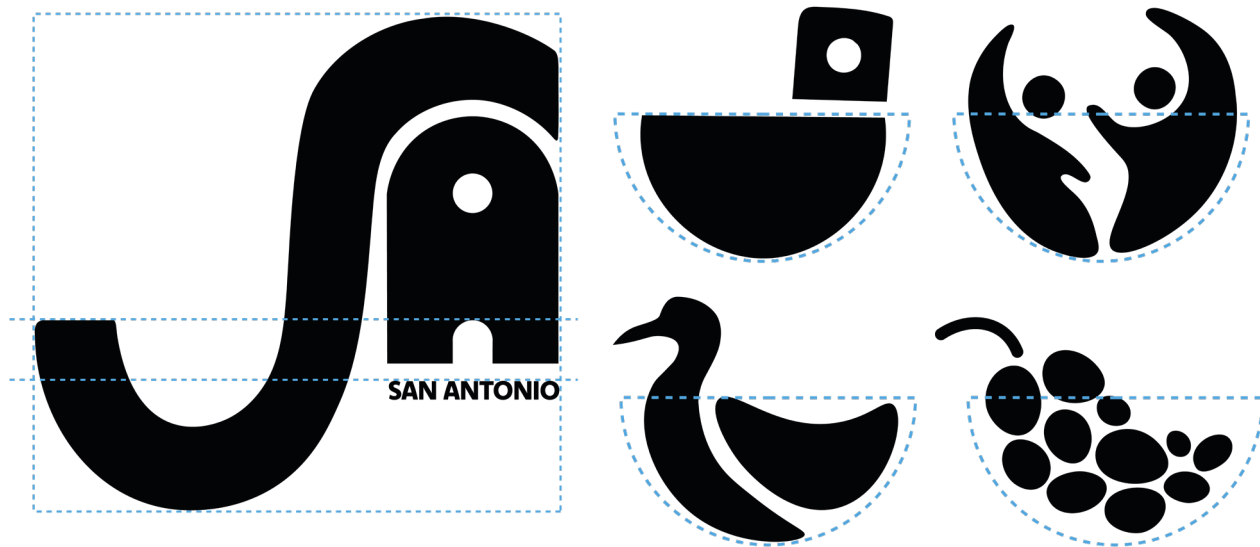
A continuación se presentan las propuestas y las iteraciones sobre su forma.

Propuesta 01

La primera propuesta nace de la forma del marco de las ventanas presentes en el edificio de la Municipalidad de San Antonio, un edificio icónico que forma parte del patrimonio. En el diseño predomina el uso de curvas abstraídas de los escenarios naturales y que buscan potenciar la presencia de formas orgánicas de la comuna, lo que une lo natural y lo patrimonial. Además, se sigue la misma base para los dibujos de los 5 elementos a destacar, con el objetivo de que la tipografía y el dibujo sean parte de una misma familia gráfica.



Propuesta

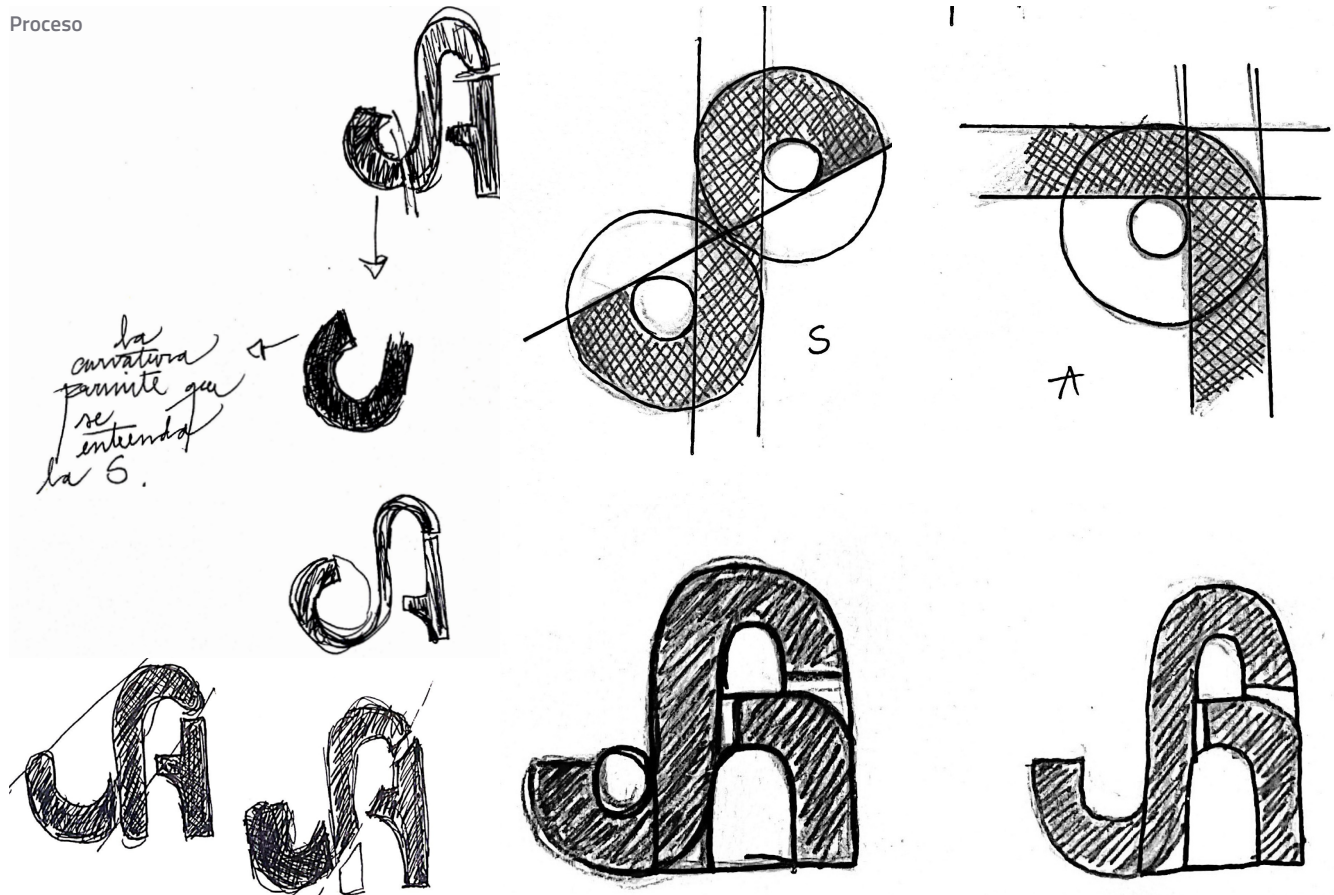


Propuesta 02

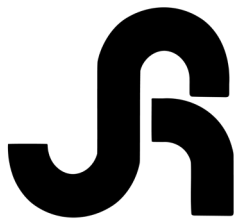
La segunda propuesta avanza sobre una forma abstracta, se busca eliminar la nitidez de las letras iniciales, para que no sean explícitamente tipografías, sino que sean un objeto abstracto, que a su vez, pueda ser leído e interpretado.

Las curvaturas se robustecen a la misma vez que se simplifica la forma, además, se elimina el uso de iconografía en las variaciones de la propuesta, apostando solo por la tipografía y el color. Esta propuesta apuesta por un concepto más moderno sin dejar de lado lo patrimonial de las curvas y figuras de la forma de las ventanas.

Proceso



Propuesta



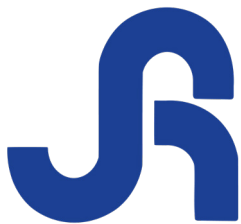
SAN
ANTONIO

SAN ANTONIO



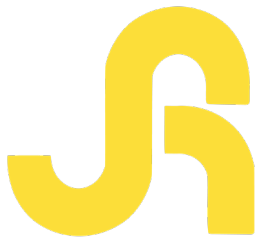
SAN 
ANTONIO

SAN ANTONIO 
ES TURISMO



SAN 
ANTONIO

SAN ANTONIO 
ES PUERTO



SAN 
ANTONIO

SAN ANTONIO 
ES COMUNIDAD



SAN 
ANTONIO

SAN ANTONIO 
ES NATURALEZA

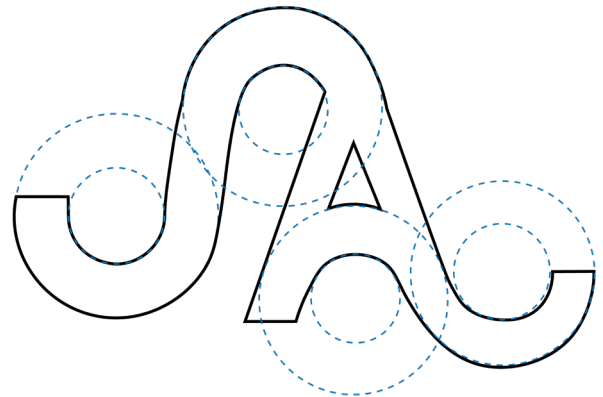
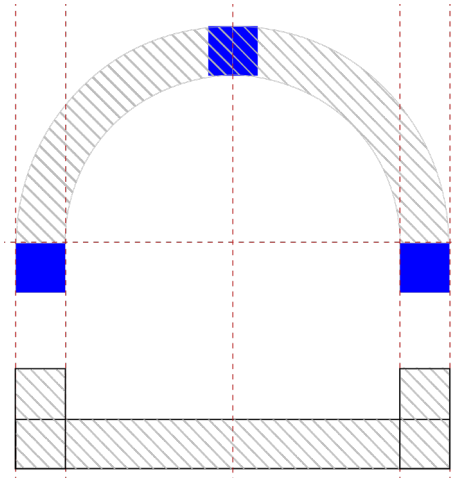
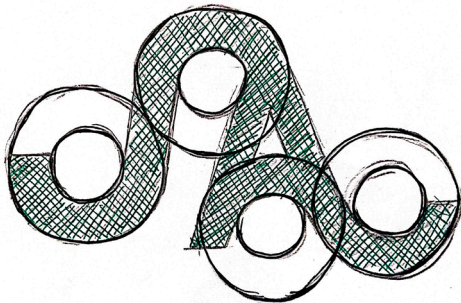
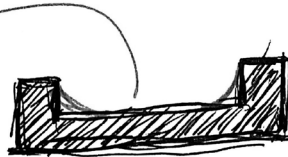
Propuesta 03

En la tercera propuesta se sigue dando prioridad a la curvatura, pero esta vez se propone que el elemento, que expresa lo característico de la arquitectura patrimonial, salga de la tipografía y permita ser la unión entre estas. La tipografía pasa a ser un solo trazo curvo que se enmarca por este elemento, que le permite mantener un control sobre su blanco externo.

Proceso



*curvas
dentadas*



Propuesta



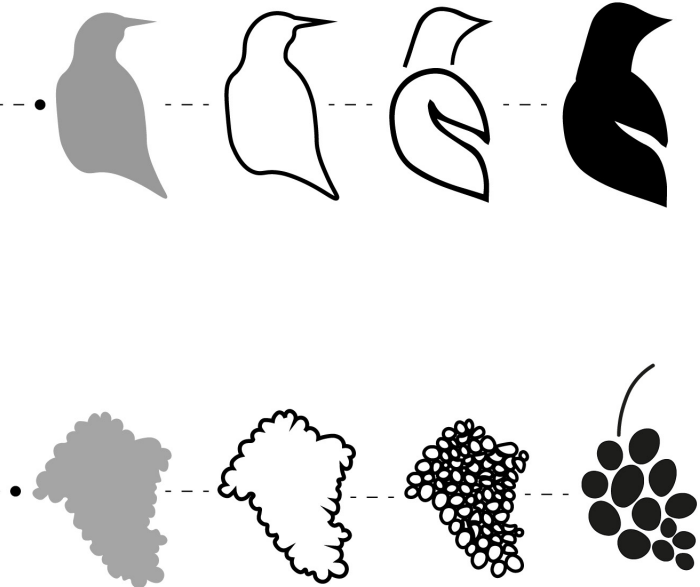
SAntonio

Propuesta 04

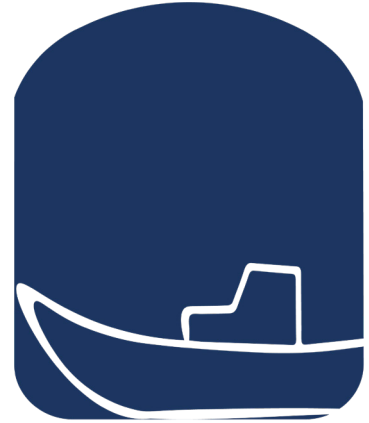
Por otro lado, las demás propuestas exploran una forma ligada a lo iconográfico y conceptos literales, que son recogidos de la observación directa de elementos, como son el pájaro o la flora de los entornos naturales, el bote o los buques y grúas del puerto, las uvas o viñas del sector vitivinícola y la comunidad bohemia presente de manera explícita e implícita.

Esta propuesta juega con la relación de llenos y vacíos, además se trabaja con un trazo simple hecho a mano, buscando reflejar la cercanía de cada conceptos con la identidad local patrimonial y bohemia. Así también, al estar cada una en un marco, permite utilizar estas propuestas en conjunto o por separado, según el contexto.

Proceso



Propuesta



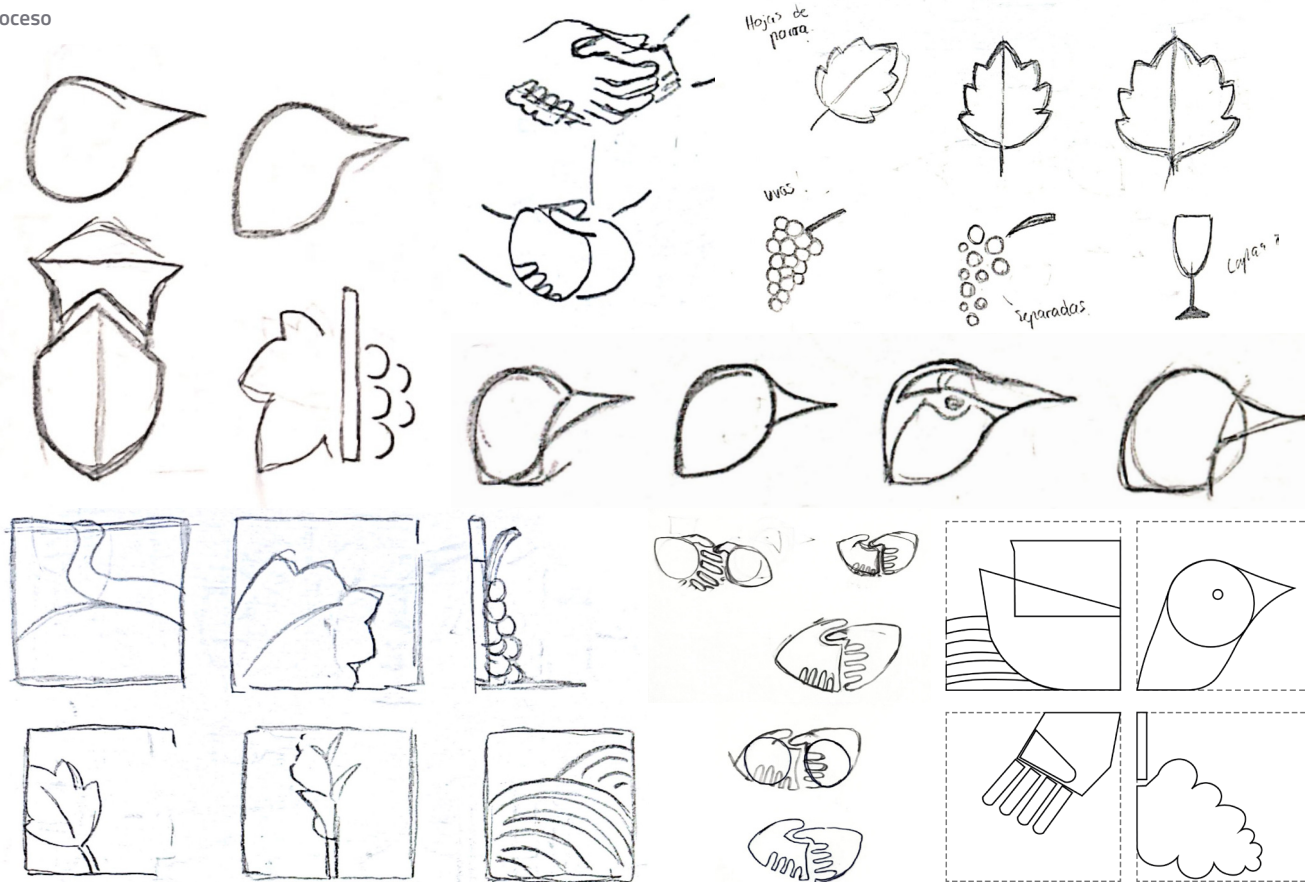
SAN ANTONIO

Propuesta 05

La propuesta continúa desarrollando su forma inicial, explorando esta vez la dinámica de forma llena, esta vez dentro de un formato cuadrado. Esta elección hace referencia a dos conceptos clave: el puerto y sus contenedores. Cada uno de los elementos gráficos mantiene su inspiración en los aspectos más distintivos de San Antonio. Estos elementos nacen de dibujos realizados a mano que posteriormente se adaptan y editan para integrarse de forma armónica dentro del cuadrado, cuidando que tengan leyes similares, como que su lleno nace desde un extremo, mantener curvas y formas simples, compartiendo blancos y espacios, entre otras.

Luego de una corrección, se mantiene la forma cuadrada, pero esta vez se centra en el uso de formas más concretas, integrando el uso de espacios de vacío dentro de las figuras para aportar mayor dinamismo y claridad visual, además permite que cada elemento respire y conserve su individualidad. En la composición, se distinguen elementos que representan los aspectos fundamentales de San Antonio ya utilizados, a los que se le corrigen detalles de forma y proporciones. Respecto al color y su uso, estos permiten diferenciar cada elemento y jugar con los contrastes. Se contempla la reorganización de los elementos para que puedan ser aplicados en diferentes formatos, tanto vertical como horizontalmente.

Proceso



Propuesta

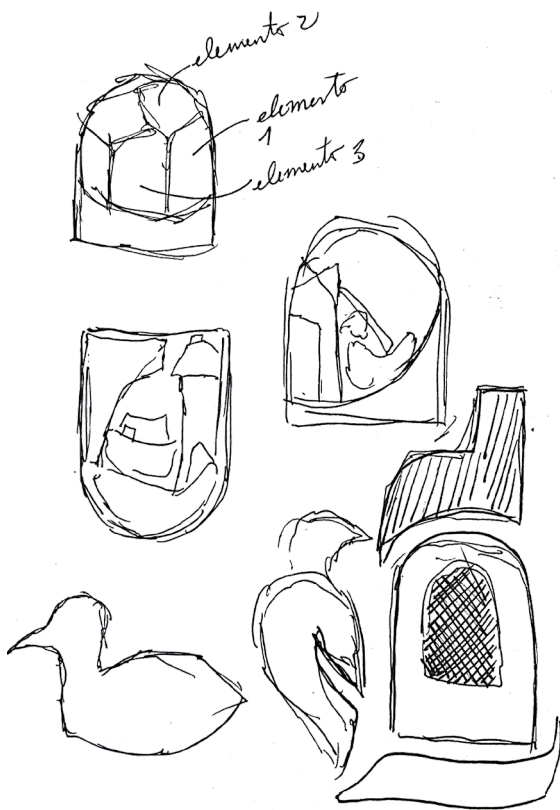


SAN ANTONIO

Propuesta 06

En la segunda propuesta, a diferencia de la anterior, los elementos claves se integran en un arco como figura principal. Se cuida que cada pictograma utilice el mismo lenguaje gráfico, es decir, todos ellos tienen un lleno y un blanco que los cruza. Esta propuesta busca mostrar un poco el dinamismo de los paisajes de la comuna de una forma más explícita, y unirlos bajo un mismo concepto.

Proceso



Propuesta



**SAN
ANTONIO**



**SAN
ANTONIO**

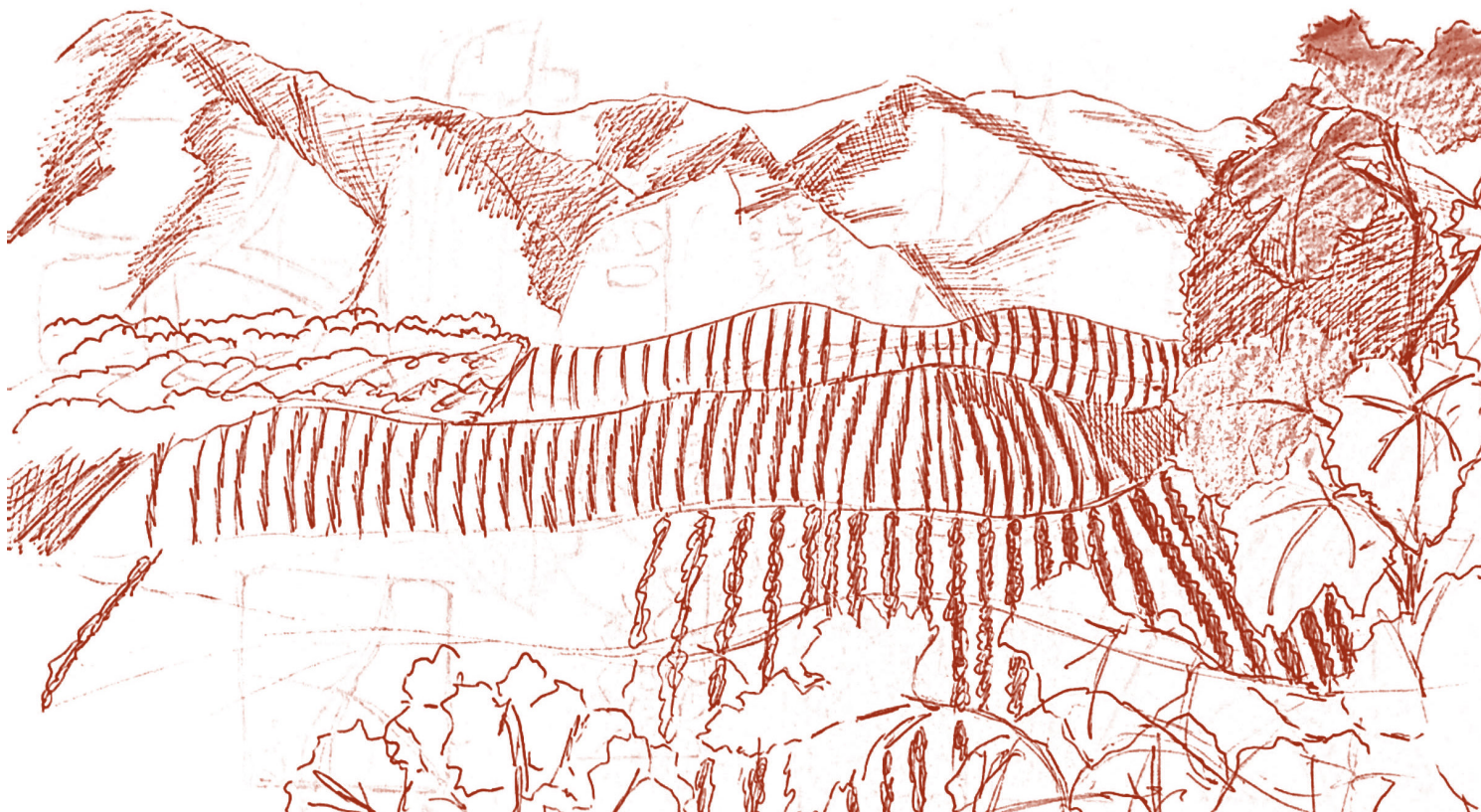
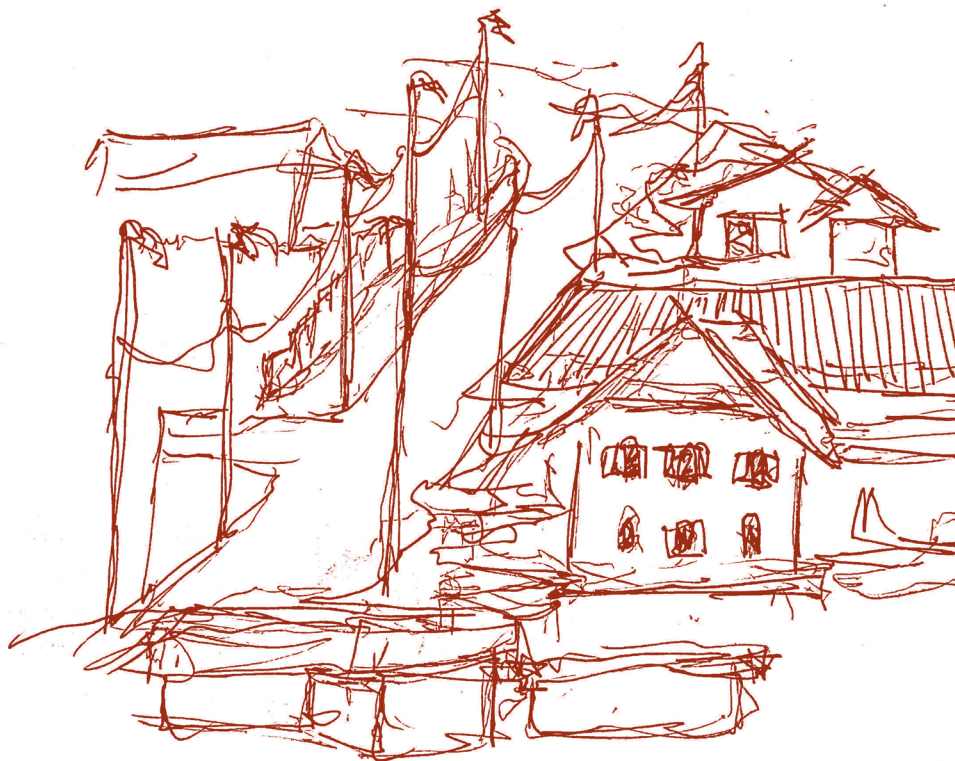


Volver a observar

Luego de un proceso de corrección y avances, as dos últimas propuestas son el resultado de un volver a observar, esta vez, desde lo más general y no lo particular.

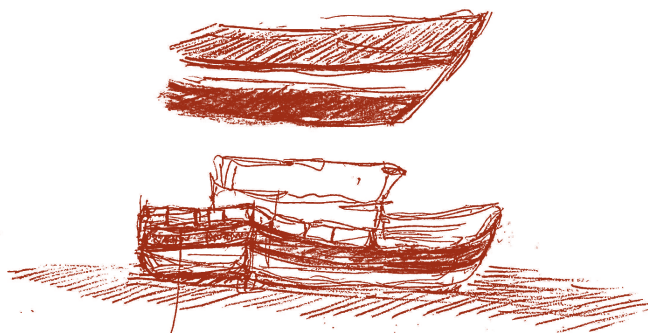
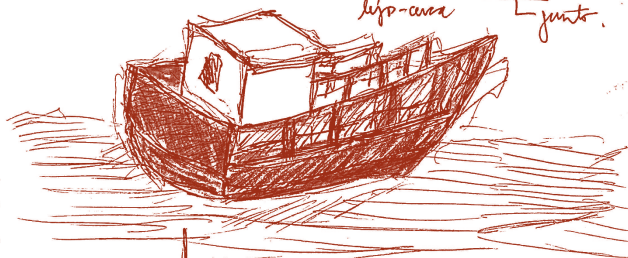
Esta vez se parte diseñando teniendo en mente que San Antonio está conformado por capas que se entrelazan y superponen, capas que reflejan su diversidad en un mismo, pero muy variado, escenario.

Por otro lado , se incorporan conceptos que surgen de una segunda reunión con Mercedes Somalo, quien aporta con una visión sobre la bohemia, la historia y el patrimonio.

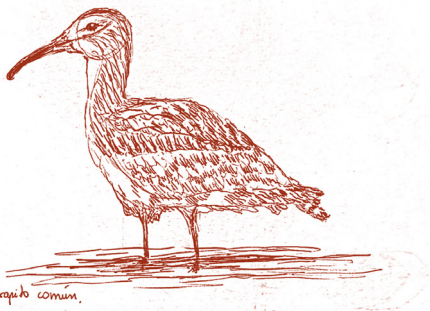
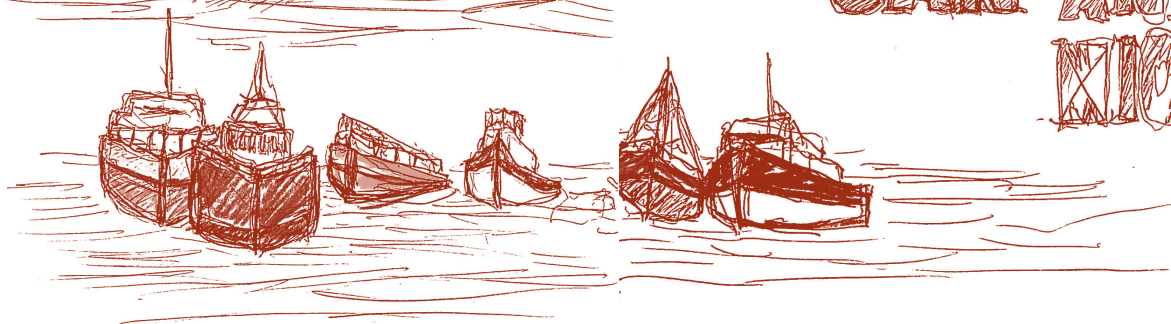


intangible bohemia
 comunidad
 desorden — cómo se traduce
 el desorden?
 encuentros
 solidaridad — eliminando
 distancias?

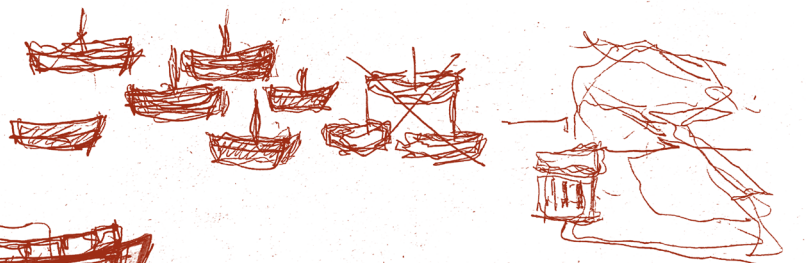
O O
 lejos-aviso O O
 juntos



SAN ANTONIO
 NIO



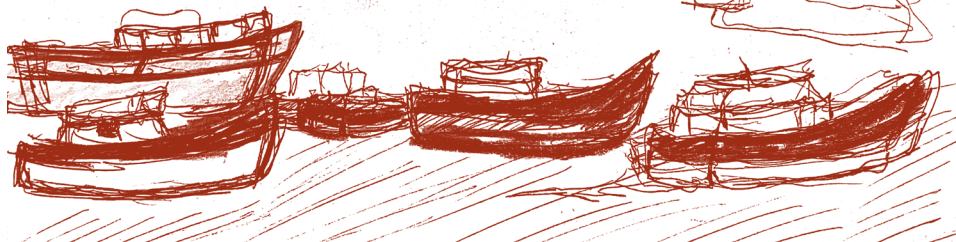
jacqueto común.



flapo blanco.



pelipán común.



Propuestas finales para validación

Propuesta final tipográfica

La última propuesta tipográfica nace desde los horizontes, la yuxtaposición y los festivos. Se trabajan tipografías que no respetan márgenes, para dar alusión a este dinamismo existente en la comuna. Considera su nombre completo, para expresar su densa y variada identidad, al contrario de las anteriores que buscan limitarla a dos letras. Se trabaja bajo el concepto de "bohemia artística", por lo que su morfología se inspira en las serpentinadas y cintas presentes en el Festival de Murgas y Comparsas. La propuesta se diseña desde todo lo móvil, lo no estático, lo yuxtapuesto y lo unido.

Proceso



Propuesta

SAN ANTONIO

SAN ANTONIO

SAN ANTONIO

SAN ANTONIO

SAN ANTONIO

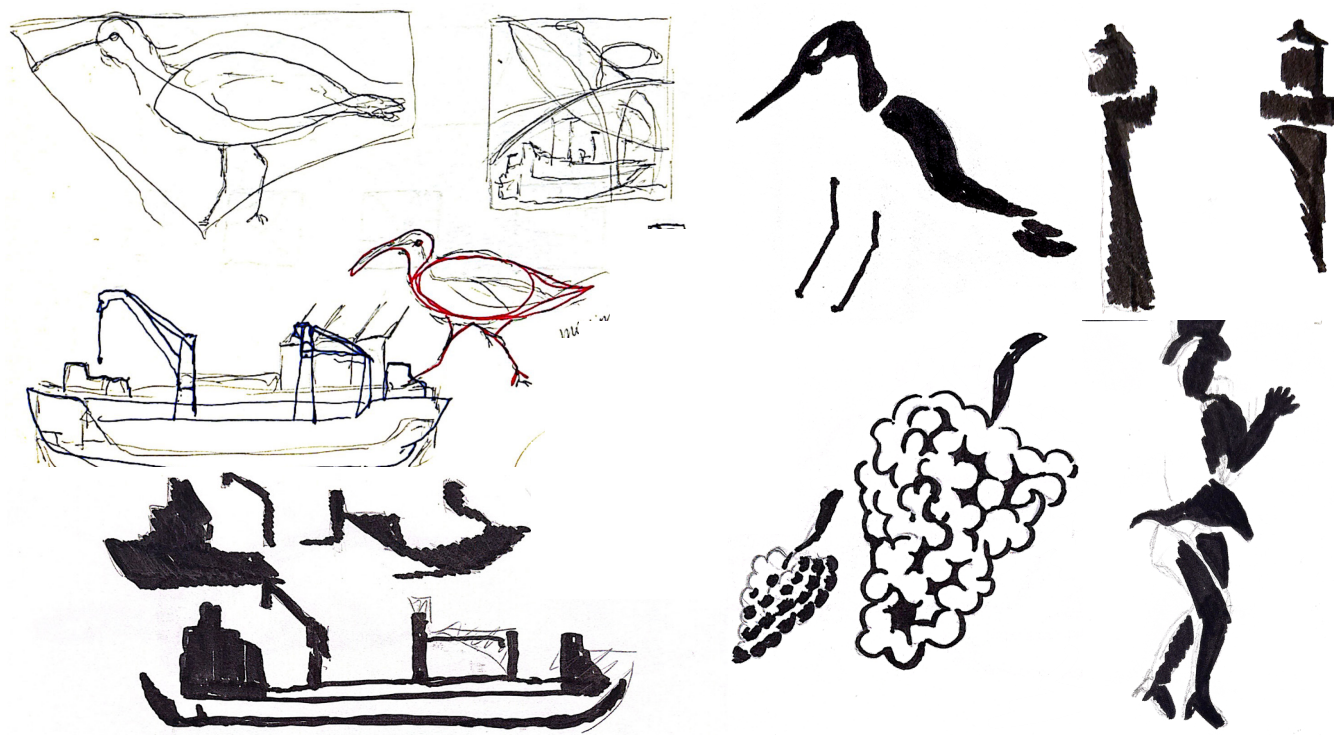
SAN ANTONIO

SAN ANTONIO

Propuesta final ilustrativa

Por su lado, la última propuesta iconográfica, busca resaltar los aspectos de lo artístico y bohemio mediante trazos fragmentados realizados a mano con pincel y plumones, que simbolizan cada uno de los cinco conceptos representativos de San Antonio, pero a su vez expresan desde su trazo la historia y la artesanía presente en la comuna. Luego de ser trabajadas y editadas, cada figura se sitúa sobre una base de color que alude a las distintas capas y áreas de la comuna, nuevamente, refiriéndose a esta diversidad de escenarios que se entrelazan y se yuxtaponen. A su vez, cada una de estas bases de color, se separan por un leve blanco, que busca representar la unión de los elementos a través de la identidad colectiva de San Antonio.

Proceso



Propuesta



Validación

A partir de las observaciones recibidas en las instancias de validación con diferentes actores estratégicos de San Antonio, se plantea trabajar con dos identidades visuales, una logotípica, y la otra isotípica.

Por otro lado, también se propone un cambio a la paleta de colores, por lo que la actual paleta pasaría de tener 5 colores a solamente uno. El color óxido se hace presente en las propuestas debido a que es un color presente en la comuna que tiene un gran significado. Este es abstruido de la corrosión de los barcos pesqueros y de los containers del puerto, de los rieles de tren, de los tonos de las hojas de parra y uvas de las viñas, especialmente en otoño.

La paleta anterior de 5 colores igualmente se mantiene, y se presenta como una segunda opción a la propuesta de un color. Esta paleta, al tener colores, como el azul que simboliza su identidad costera y su relación con el puerto, como también una de sus principales fuentes de comercio y turismo, el rojo y naranja del puerto, presente en los barcos y botes

pesqueros, así como en los contenedores del puerto y el verde e incluso el amarillo de los ecosistemas y entornos naturales refleja de mejor manera la totalidad de las áreas de la comuna de manera más explícita y sencilla.

Esta primera instancia aporta en gran medida para la corrección de detalles de forma como de color ya mencionada, además se propone repensar la perspectiva de donde se observa la comuna y cómo, es así que uno de los grandes cambios es la posibilidad de trabajar la unión de dos propuestas presentadas.

Para la segunda validación se presentan tres propuestas de las que es posible finalmente corregir e iterar hasta llegar a la propuesta final. Esta segunda instancia permite corregir detalles más finos de forma de los pictogramas y trabajar de mejor manera la unión de ambas propuestas.





Figura 14. Primera reunión participativa para la nueva identidad visual de San Antonio. Fuente: Fotografía propia (2025)

Iteraciones de propuesta tipográfica

El primer cambio significativo que se aplica a la propuesta tipográfica es en su color que, como se menciona anteriormente, se cambia a una paleta de duotono.

A lo largo de las participaciones y correcciones que se tiene, se va experimentando con algunas formas de incorporar a la propuesta tipográfica ilustraciones, con el objetivo de que esta pueda ser utilizada en un contexto tanto general como específico, sin perder la característica abstracta.

Se trabaja en primera instancia con ideas de pictogramas que mantengan el mismo lenguaje que la tipografía, para que estos puedan ser agregados sin interferir con la propuesta.

Iteraciones

La propuesta queda descartada, porque los pictogramas pierden su trazo ligero, lo que no deja espacio para trabajarlo desde el concepto de bohemia y/o urbano.

Luego se trabaja con el relleno de la “S”, los pictogramas son trabajados desde el blanco, para así tener una característica que permita identificarlos como parte de una misma familia pictográfica. Además, se agrega un serif a la tipografía para hacer más explícito su rol como cinta dentro del logotipo, y también hacer que comparta las curvaturas con los pictogramas que irán dentro de ella. Se da cuenta de que ese trabajo podría tener dificultades al momento de reproducirlo en diferentes materialidades.



Finalmente, y la última propuesta que intenciona la unión de la tipografía con los pictogramas, mantiene el serif y las terminaciones de la tipografía inicial, y solo se trabaja con el relleno de la "S". Esto permite que sea entendido como un concepto general (San Antonio) que contiene diferentes elementos que lo componen (puerto, naturaleza, turismo, entre otros).

Luego de revisar y perfeccionar la propuesta, se decide no aplicar los pictogramas directamente dentro de la tipografía, para no interferir con su forma bien lograda, sino que hacer que este elemento tipográfico se pueda unir a una forma más grande y externa ligada a lo pictográfico.

Iteraciones



Iteraciones de propuesta pictográfica

En cuanto a las iteraciones de la propuesta tipográfica, se comienza por plantear un cambio de color, que permita abstraer la esencia de la comuna, con colores cálidos que se extraen de la observación del cielo del puerto al atardecer.

En cuanto a la forma, esta mantiene se mantiene en las primeras tres iteraciones como un arco invertido, para mantener esa abstracción de la forma de las ventanas de las construcciones patrimoniales, pero luego de una serie de correcciones se da paso a una forma más circular, esta forma permite componer la unión de los pictogramas de diferente manera.

Lo anterior se diseña teniendo en consideración la observación que más marca el desarrollo del proyecto, la yuxtaposición de los escenarios de San Antonio. Por lo mismo es que se agregan elementos que comparten espacios con los pictogramas, que no son necesariamente formas literales, sino más bien abstractas.

La propuesta circular, además de ser diseñada desde la yuxtaposición, también se basa en la bohemia artística de la comuna, concepto que no se quiere dejar de lado.

Es por eso que estas formas abstractas se trabajan también como un mosaico, dentro del que se encuentran los cinco diferentes escenarios que se quieren potenciar, desde un inicio, de San Antonio.

A modo de fin de las propuestas pictográficas, se llega a la conclusión de que se debe trabajar en una forma no circular exacta, ya que dicha forma permanece dentro de una geometría muy exacta, que afecta el fundamento de una comuna que no lo es, sino que permanece más dentro del terreno de lo inexacto e impreciso, en su forma.

Por otro lado, también se plantea dejar de lado los cinco colores, ya que cada uno de los cinco elementos comunica explícitamente lo que significa, por lo que no necesita de un color que redunde en su significancia, sino más bien un color que permita adentrarse a esos conceptos más abstractos.

Iteraciones





**SAN ANTONIO
DE CHILE**



**SAN ANTONIO
DE CHILE**

Trabajo técnico de diseño

Proceso de trabajo pictográfico

El trabajo pictográfico se comienza, desde la ilustración del ave, presentado en las propuestas iniciales. Este trabajo consiste, en primer lugar, en descomponer dicha ilustración, estudiar su geometría y su forma, tanto en general como en detalle, para comprenderla en profundidad. El trabajo es manual, la figura se imprime, se recorta y se exploran nuevas disposiciones con sus partes para darle forma a las demás formas, y de esa manera identificar una estructura y una ley visual que sirva como base para trabajar el resto de los pictogramas

de manera coherente.

Luego de dar la forma general a las demás figuras, se pasa al trabajo manual en papel milimetrado, que permite medir las partes y ángulos del pictograma, para luego corregir estos detalles de manera digital. Se trabajan, dentro de las grillas, las curvas y blancos, para construir la familia pictográfica y desarrollar el resto de las figuras bajo las mismas leyes gráficas. Este trabajo milimétrico ayuda a corregir detalles de la figura del pájaro para que su forma sea más geométrica y armónica, para trabajar el resto de pictogramas.

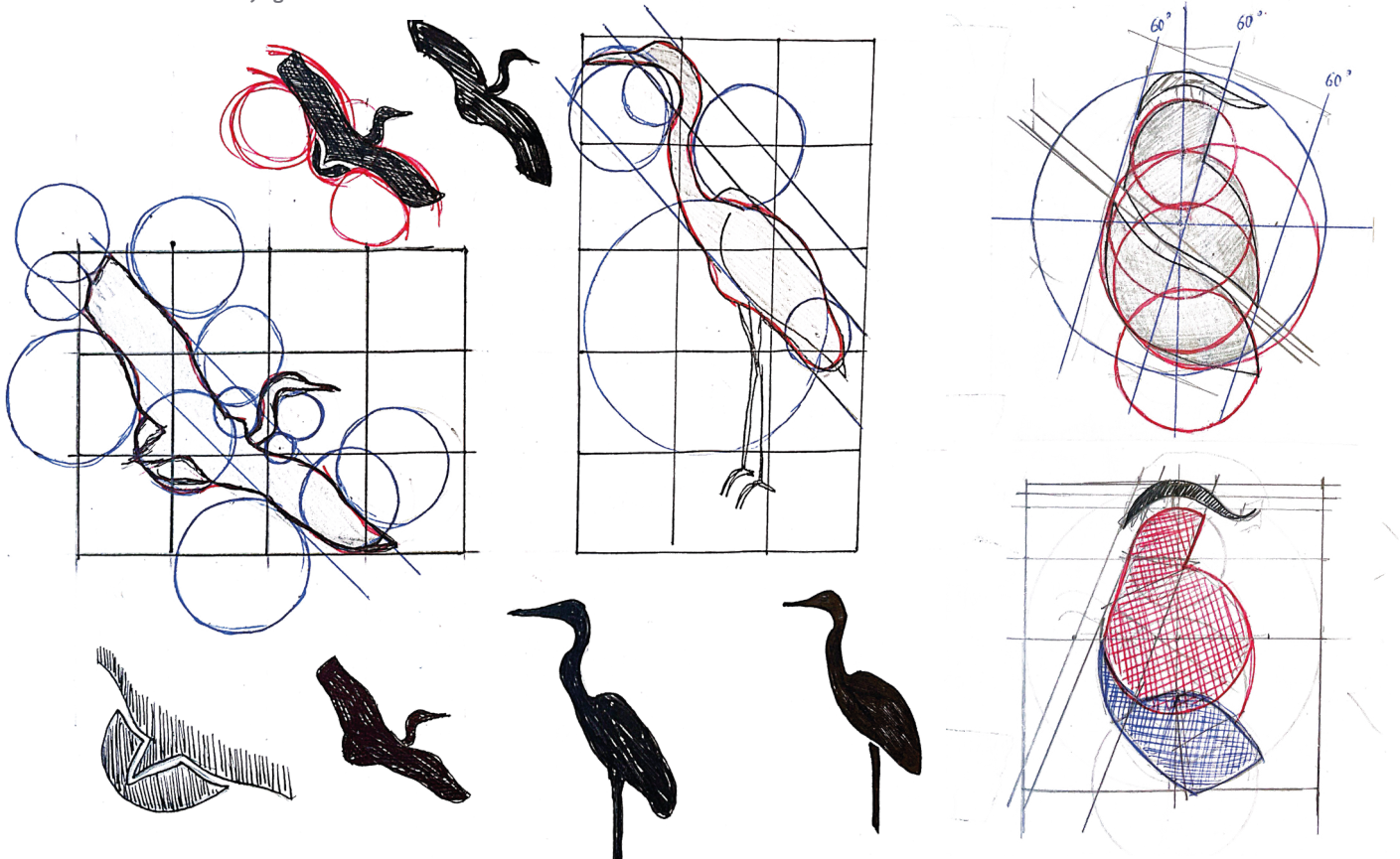
Con la realización de grillas digitales se logra corregir las figuras anteriormente realizadas y se determina que las leyes de trabajo para los pictogramas son: tener dos blancos interiores que separan la figura total en tres, blancos que varían en su ancho entre 8 a 4 mm, ser trabajado en una grilla de 17 por 17 cm, dividida cada 5 mm y con diagonales en ambos sentidos.

Finalmente todos los pictogramas nacen de la forma del ave, a excepción de la cinta, que nace de la letra "N" de la propuesta tipográfica.

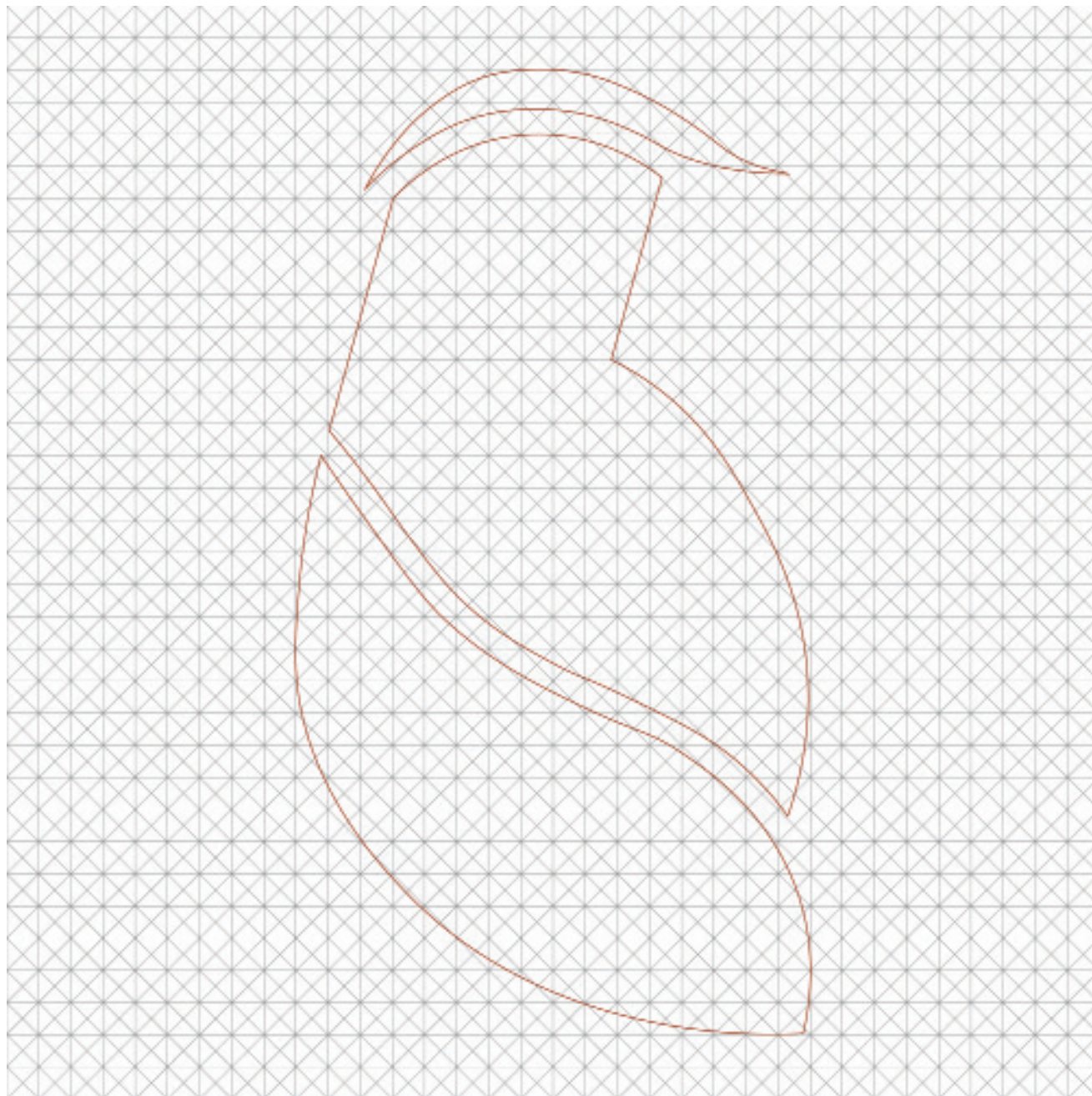
1. Dibujos



2. Acercamiento a trabajo geométrico



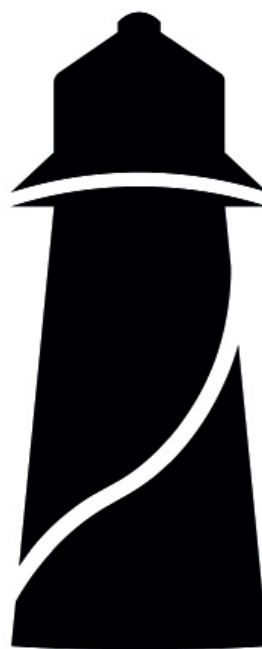
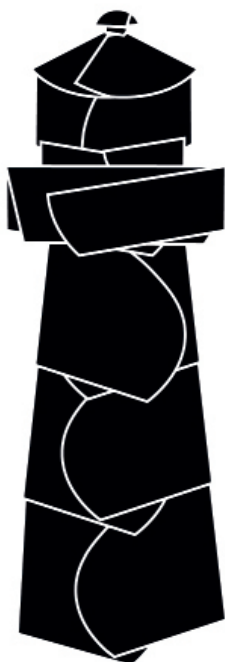
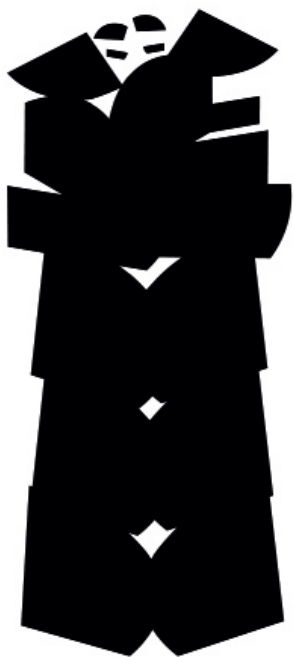
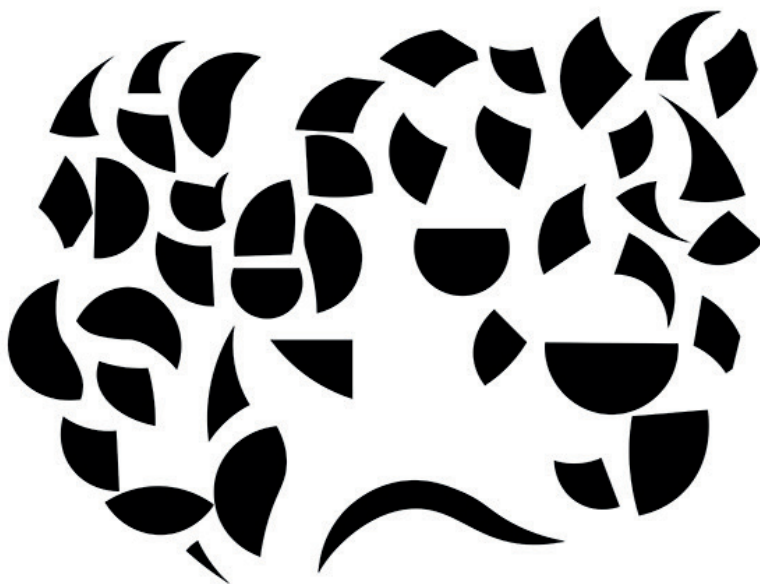
4. Trabajo digital en grilla



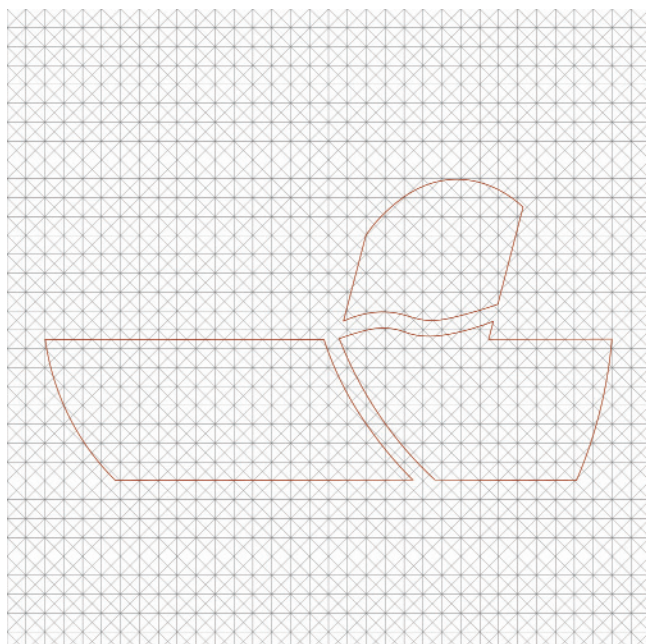
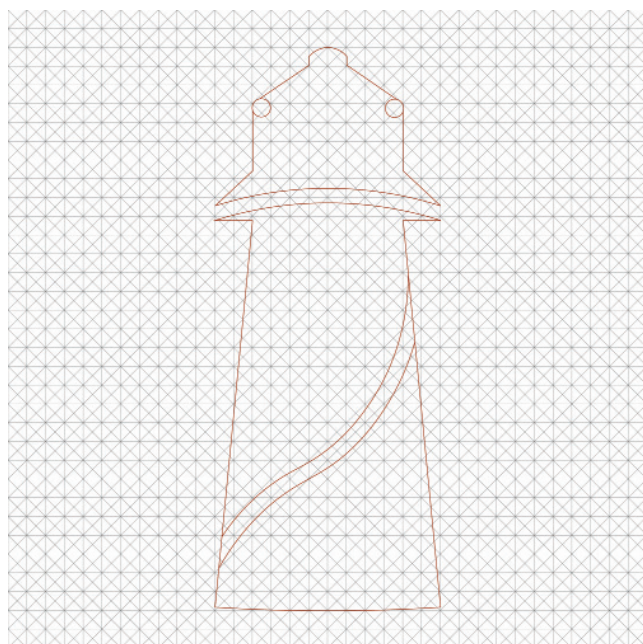
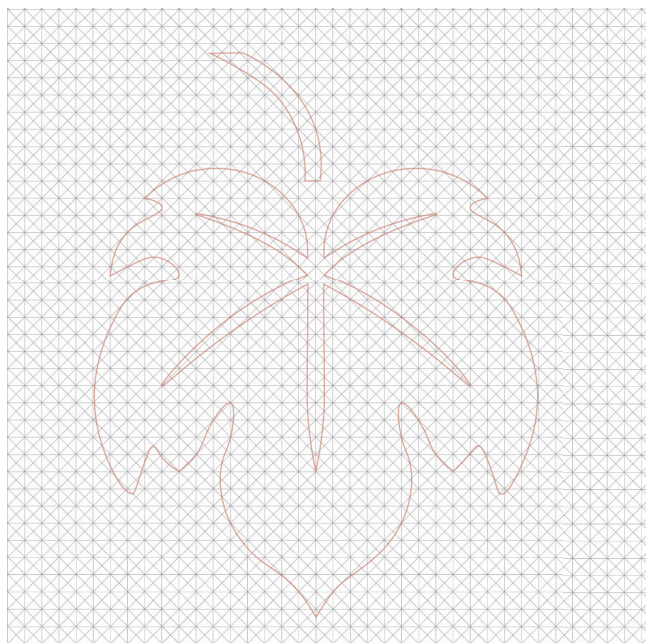
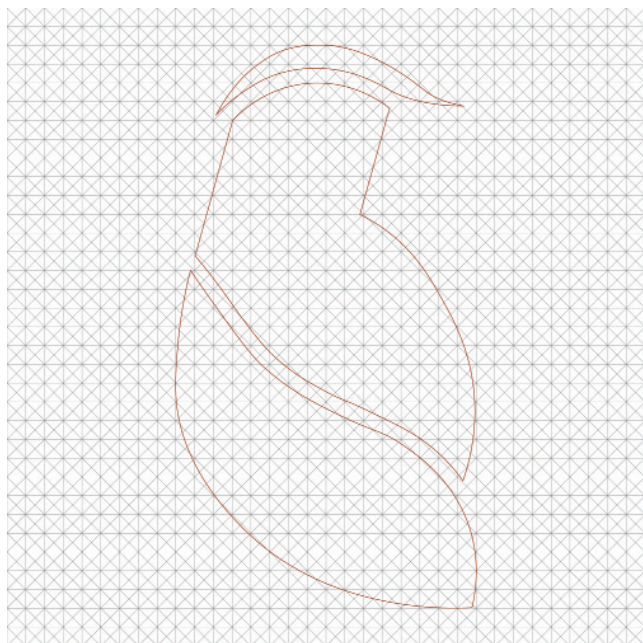
5. Resultado de pictograma



6. Desglose de pictograma final



7. Ajuste en grilla digital



Proceso de trabajo tipográfico

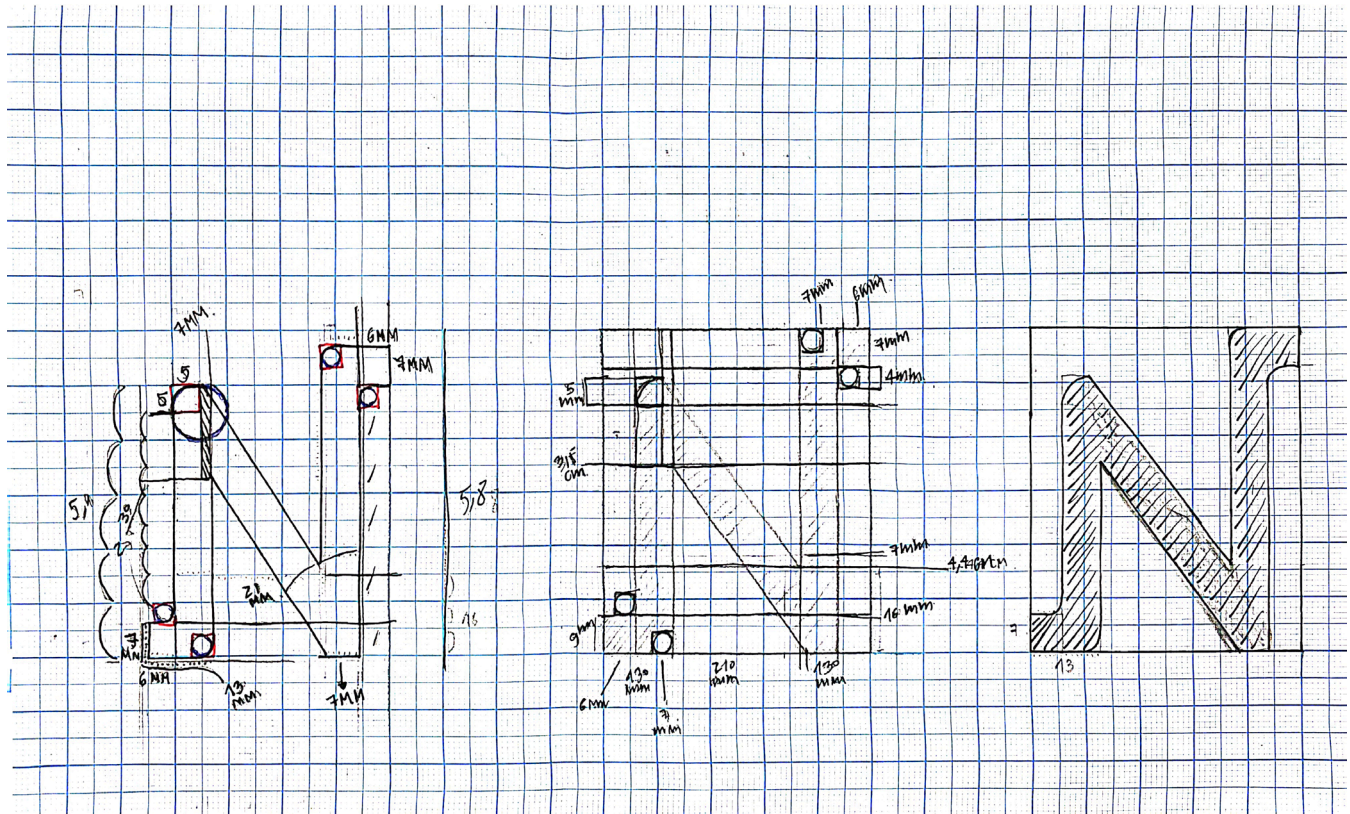
El trabajo tipográfico nace del dibujo de cintas que se van yuxtaponiendo y mezclando entre ellas. Se trabaja desde el quiebre de márgenes para dar alusión a esta variación de escenarios de la Comuna.

En un inicio la tipografía se diseña ópticamente, a través de formas rectangulares, pero una vez que se realiza el trabajo pictográfico, en el que se miden los blancos y las curvaturas, se realiza el mismo proceso con la tipografía.

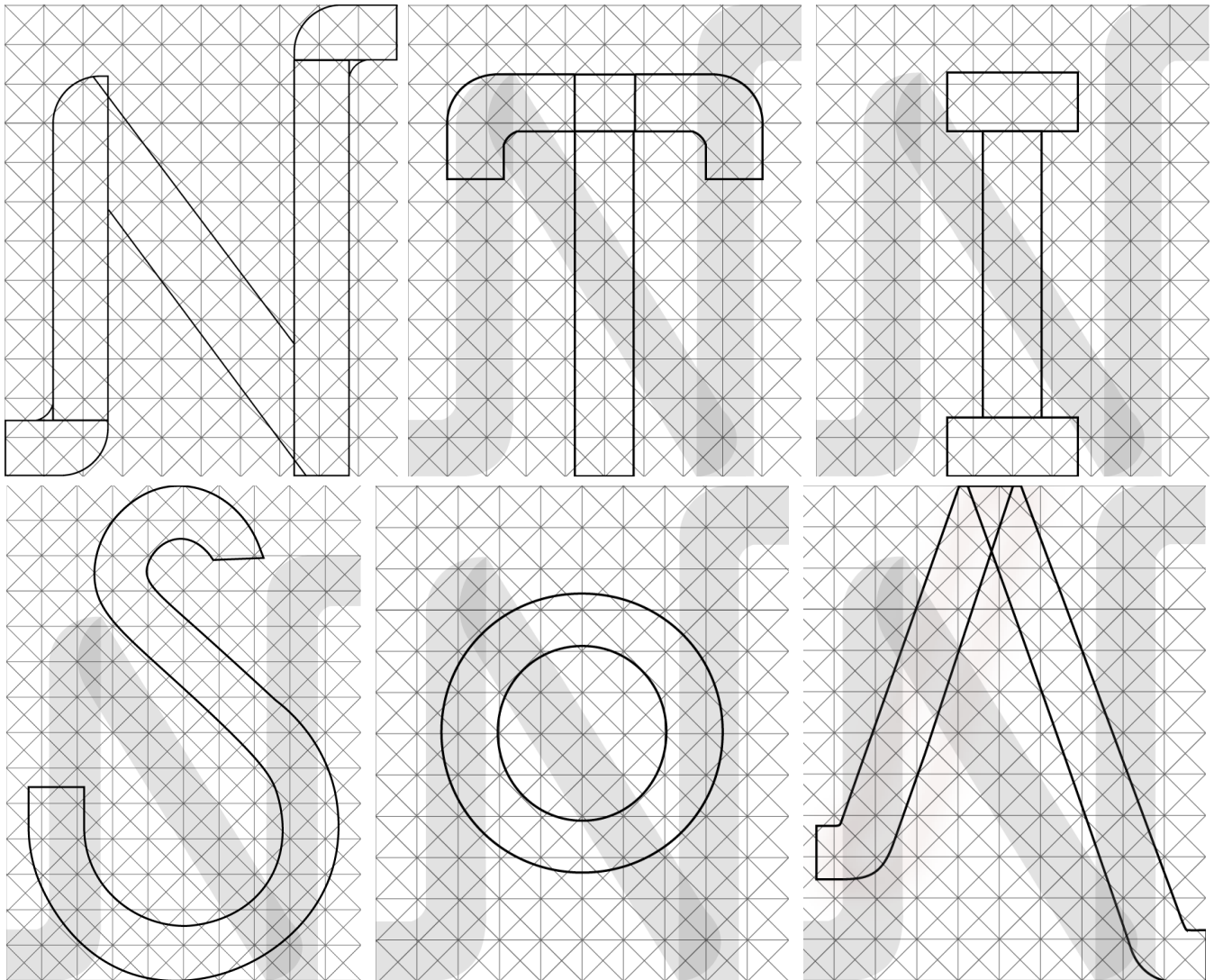
El diseño milimétrico de la tipografía se realiza con la letra N, que contiene dentro de ella a las demás. De esa letra nacen

los anchos, los largos y los blancos de las demás. Posterior al trabajo milimétrico, se da paso, nuevamente, al trabajo óptico, en el que se acomodan los blancos entre letras y dentro de ellas para dar una armonía al logotipo.

1. Trabajo geométrico en papel milimetrado



2. Trabajo geométrico en grilla digital



3. Trabajo geométrico en grilla digital



The background is a solid dark red color with a repeating pattern of stylized human figures in a lighter red shade. Each figure is composed of a circle for the head, a vertical line for the torso, and a curved line for the legs, creating a rhythmic, grid-like pattern across the entire surface.

PROPUESTAS DE DISEÑO

Propuesta de identidad visual

Finalmente, se trabajó con dos propuestas: una elegida por el cliente, que es de carácter más comercial y alineada con su visión personal, y la seleccionada por las diseñadoras, sustentada en criterios técnicos y teóricos. Esta alternativa prioriza la cercanía, la identificación inmediata y el atractivo comunicacional hacia el público general, pero presenta limitaciones en cuanto a adaptabilidad y legibilidad, mientras que la segunda destaca por su solidez, versatilidad y mayor coherencia para proyectar una identidad consistente en el tiempo.

Propuesta final elegida por cliente

El trabajo pictográfico se comienza, desde la ilustración del ave, presentado en las propuestas iniciales. Este trabajo consiste, en primer lugar, en descomponer dicha ilustración, estudiar su geometría y su forma, tanto en general como en detalle, para comprenderla en profundidad. El trabajo es manual, la figura se imprime, se recorta y se exploran nuevas disposiciones con sus partes para darle forma a las demás formas, y de esa manera identificar una estructura y una ley visual que sirva como base para trabajar el resto de los pictogramas de manera coherente.





Propuesta final elegida por diseñadoras

El trabajo pictográfico se comienza, desde la ilustración del ave, presentado en las propuestas iniciales. Este trabajo consiste, en primer lugar, en descomponer dicha ilustración, estudiar su geometría y su forma, tanto en general como en detalle, para comprenderla en profundidad. El trabajo es manual, la figura se imprime, se recorta y se exploran nuevas disposiciones con sus partes para darle forma a las demás formas, y de esa manera identificar una estructura y una ley visual que sirva como base para trabajar el resto de los pictogramas de manera coherente.



SAN
ANTONIO

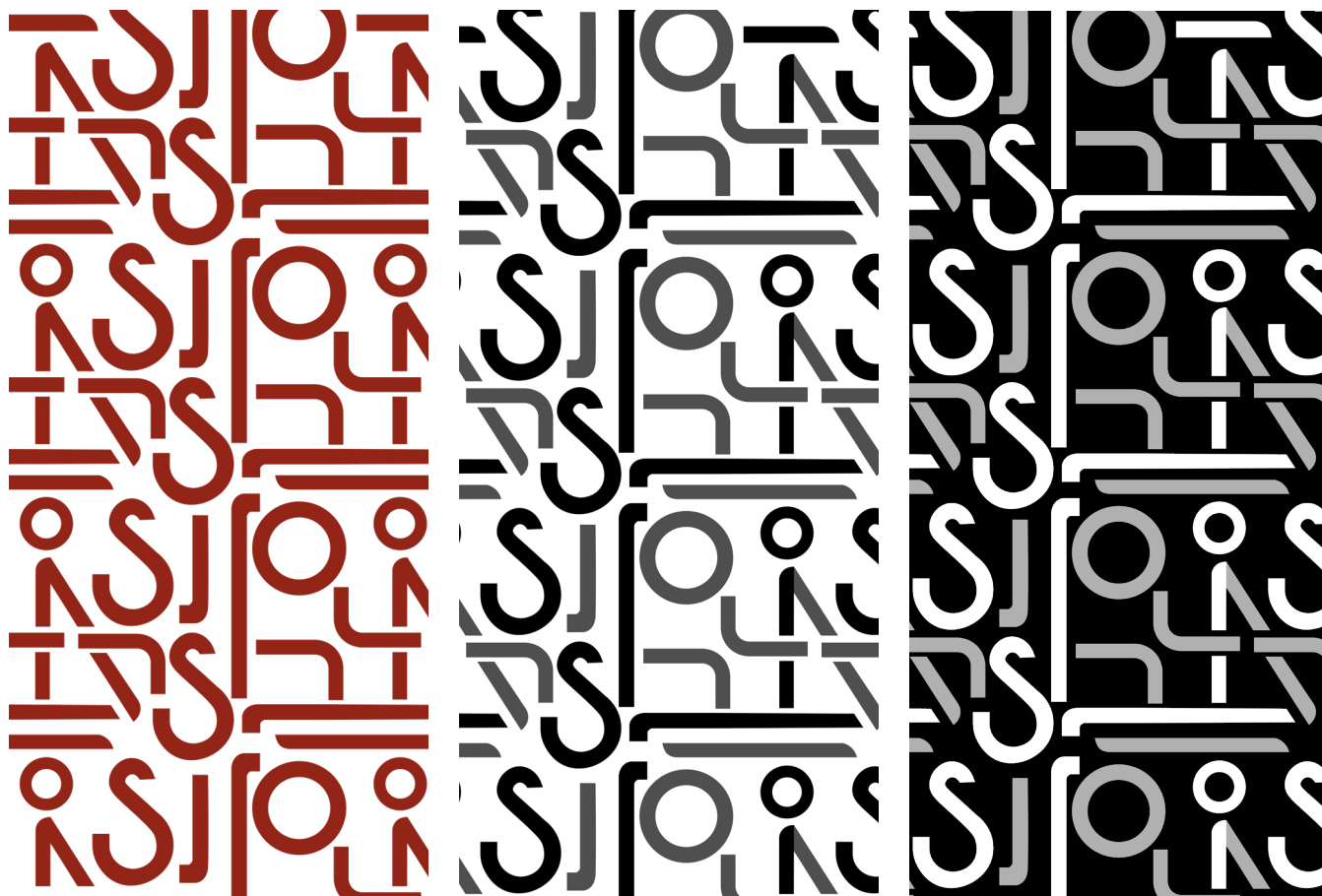


Elementos de identidad visual

A modo de entrega de la identidad visual, se trabaja en los elementos que complementan el imagotipo y logotipo finales. Estos permiten identificar, fortalecer y diferenciar la identidad visual que se propone, y también aporta a las diferentes aplicaciones de la identidad, como por ejemplo: plataformas virtuales y análogas.

Por otro lado, entregan versatilidad, coherencia y unidad a la identidad visual, permitiendo que se añadan variadas capas visuales y, de esa forma, que resalte.

Patrón de marca



Versiones monocromáticas



Paleta de colores

Colores primarios



C23% M92% Y100% K17%
R158 G44 B13
HEX #9e2c0d
PANTONE 7625 C



C27% M94% Y97% K29%
R114 G32 B10
HEX #72200a
PANTONE 7626 C

Colores secundarios



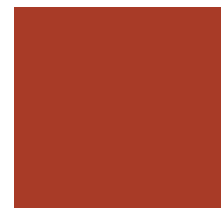
C0% M66% Y82% K0%
R238 G113 B54
HEX #ee7136



C20% M79% Y90% K9%
R189 G83 B40
HEX #bd5328



C0% M79% Y84% K0%
R234 G81 B47
HEX #ea512f



C23% M88% Y96% K0%
R170 G53 B28
HEX #aa351c

ANEXOS Y BIBLIOGRAFÍA

Anexos

Los anexos que se presentan a continuación reúnen las propuestas individuales desarrolladas por cada integrante del grupo, de esta manera cada integrante exploró, desde su propia mirada y entendimiento, las capas que conforman la comuna, traduciendo estas en formas, símbolos y sistemas visuales que permitieron ampliar el marco de comprensión del territorio.

Estas propuestas permiten constituir un registro fundamental del proceso creativo, ya que permiten evidenciar las diversas aproximaciones formales, tanto gráficas como conceptuales, que surgieron a partir de la investigación del territorio y de la

observación directa de la comuna. Además se agregan los datos y el registro de las validaciones con agentes clave de la comuna, y la reunión realizada con la gestora cultural, que permitieron corregir y discutir las propuestas realizadas durante la etapa de iteración y maquetación de la nueva identidad visual.

Por último, también se muestran algunas de las páginas que conforman los Manuales de Marca trabajados para las dos versiones de las propuestas (logotípica e imagotípica)



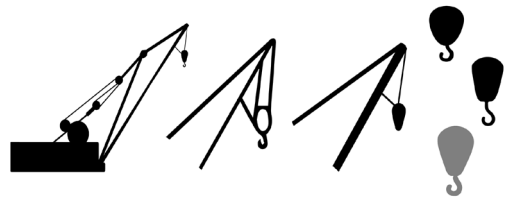
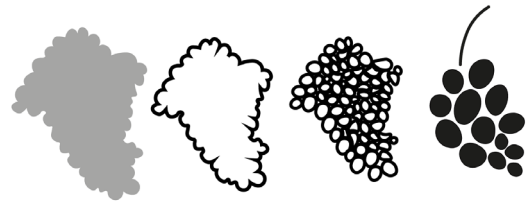
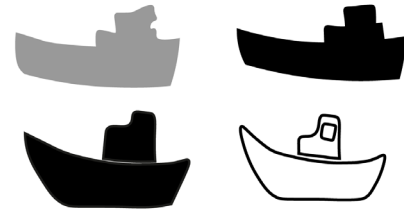
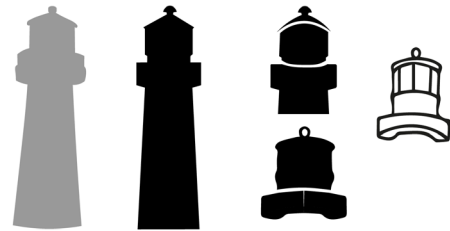
Proceso de diseño individual - Fernanda Murillo Órdenes

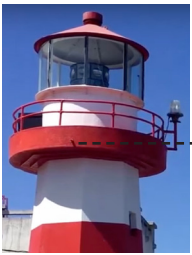
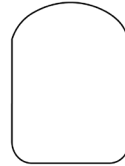
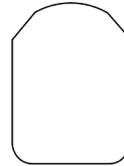
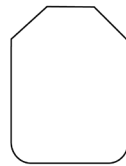
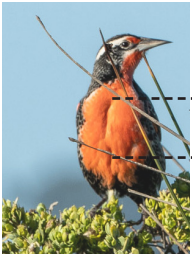
Primera propuesta

La primera propuesta utiliza los elementos literales de fotos de las distintas áreas de la comuna, como son los entornos naturales, patrimoniales, el puerto y el enoturismo estos pasan por procesos de abstracción, buscando una ley común entre ellos, así los croquis iniciales se iteran, simplificando su forma, luego estas figuras se ubican en un contenedor cada uno, este contenedor nace de la silueta arquitectónica de las ventanas de la municipalidad de la comuna.

Esta propuesta juega con la relación de llenos y vacíos, además se trabaja con un trazo simple hecho a mano buscando reflejar la cercanía de cada uno de estos conceptos con la identidad local patrimonial y bohemia. Así también al estar cada una en un marco permite utilizar estas propuestas en conjunto como por separado, potenciando cada concepto o área.

Por otro lado se utiliza la tipografía Futura en su versión Heavy para completar el logotipo y unir estas figuras en una identidad. Al igual que el color, que se agrega a su forma final, este color se abstrae directamente de la figura o el ecosistema de donde nace la forma, por lo tanto más accesible y reconocible.





SAN ANTONIO



SAN ANTONIO



SAN ANTONIO

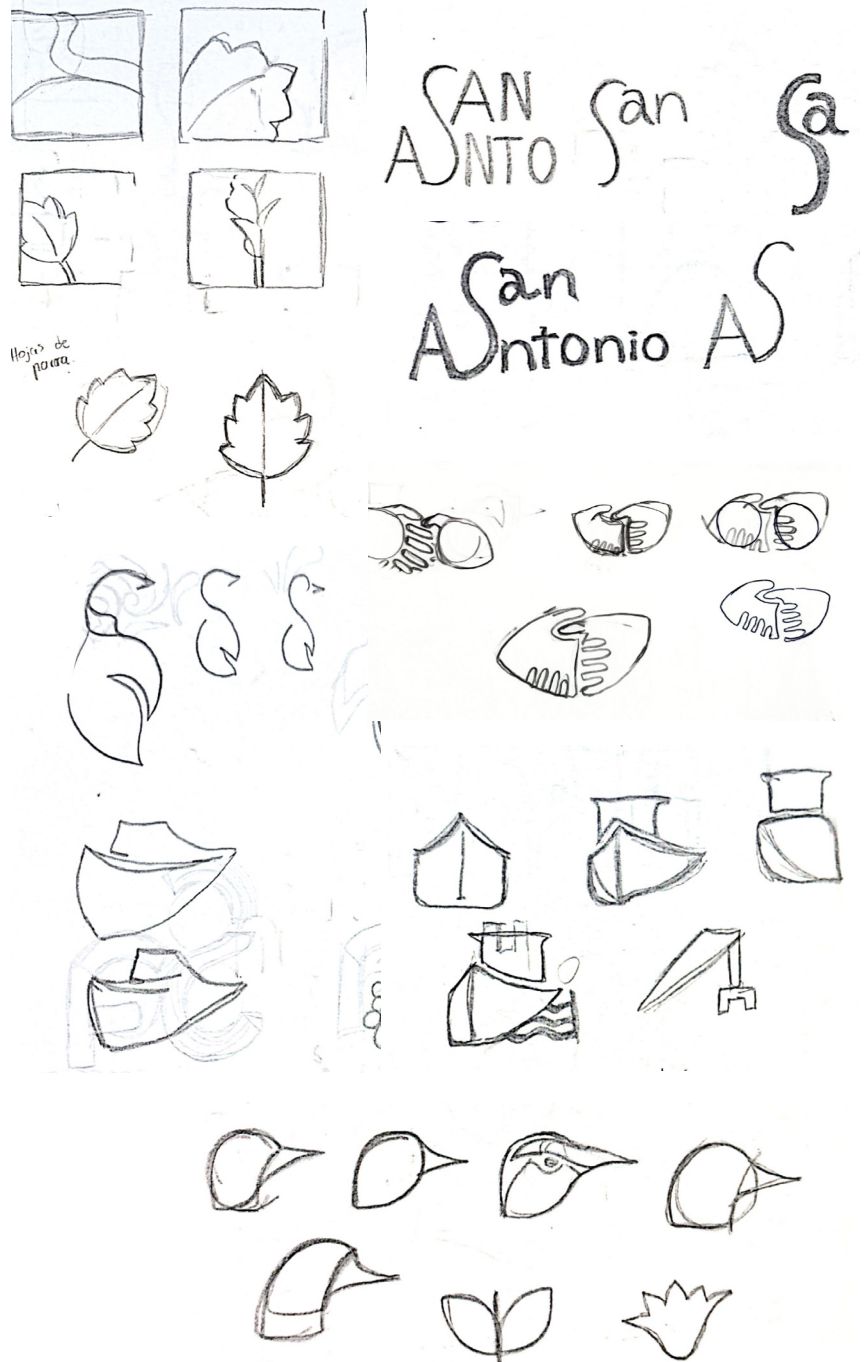


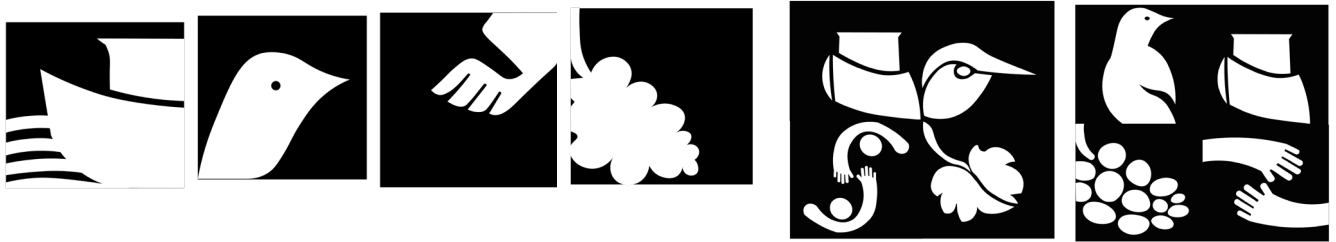
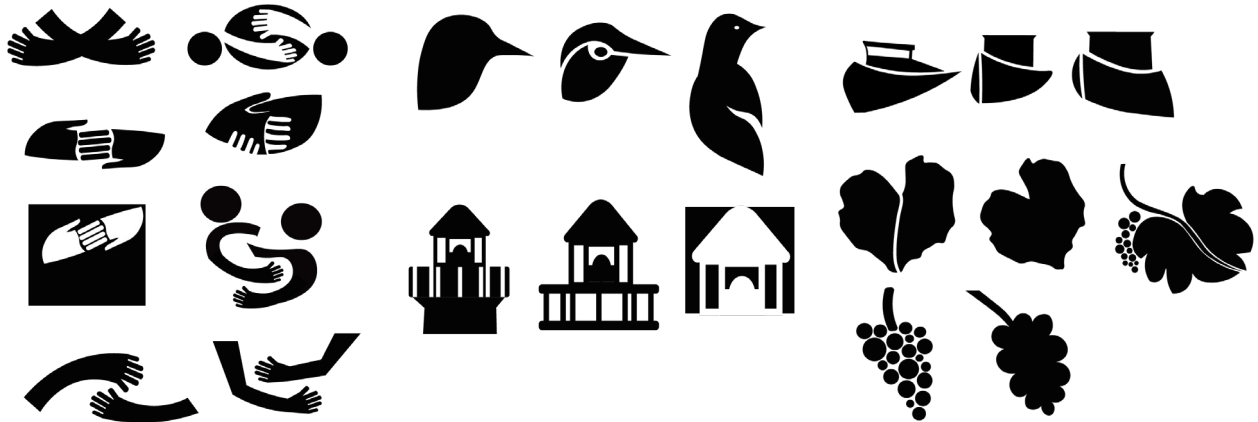
2. Segunda propuesta

La segunda propuesta continúa desarrollando bajo los lineamientos de la propuesta inicial, explorando esta vez la dinámica de forma llena, dentro de un formato cuadrado. Esta elección hace referencia a dos conceptos clave: el puerto y sus contenedores.

Cada uno de los elementos gráficos mantiene su inspiración en los aspectos más distintivos de San Antonio. Estos elementos nacen de dibujos realizados a mano que posteriormente se adaptan y editan para integrarse dentro del cuadrado, con leyes similares, como que nacen desde un extremo, mantiene curvas y formas simples, compartiendo blancos, llenos y espacios.

Además se crea una tipografía que acompañe las figuras, de la misma inspiración simple de curvas y trazos, que se realiza desde el croquis y se vectoriza para luego editarse.





SAN
ANTONIO



SAN ANTONIO



3. Tercera propuesta

La cuarta propuesta se realiza en base a algunos de lo croquis utilizados en las propuestas anteriores, otros en cambio se utilizan desde croquis o figuras no utilizadas, como lo es el farol o algunos de los croquis de botes y buques. Así las propuestas se forman bajo la misma base de la propuesta tres pero esta vez con figuras más limpias en el trazo, sencillas de leer, entender y reconocibles. Estos pictogramas se trabajan desde las mismas leyes buscando compatibilidad y/o similitudes, como por ejemplos los blancos, estos son trabajados en todas las propuestas y croquis, algunos cruzan las mismas, dividiendo en dos la figura, otros más delgados y otros que entran a la figura pero no la dividen. Estas variaciones en los pictogramas permiten tener más posibilidades y propuestas, por los cambios de color pero utilizando las mismas figuras de base y haciendo pequeños cambios.

Por otro lado se ajusta la forma cuadrada usada anteriormente por una más rectangular y se cambian las tipografías inferiores, se utiliza Barlow en su formato Bold y Epunda Slab en su formato regular.

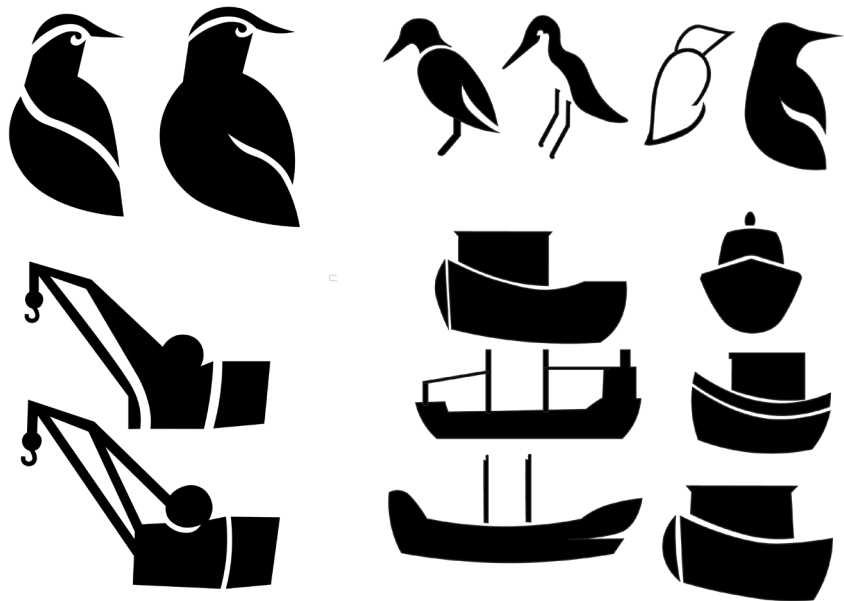
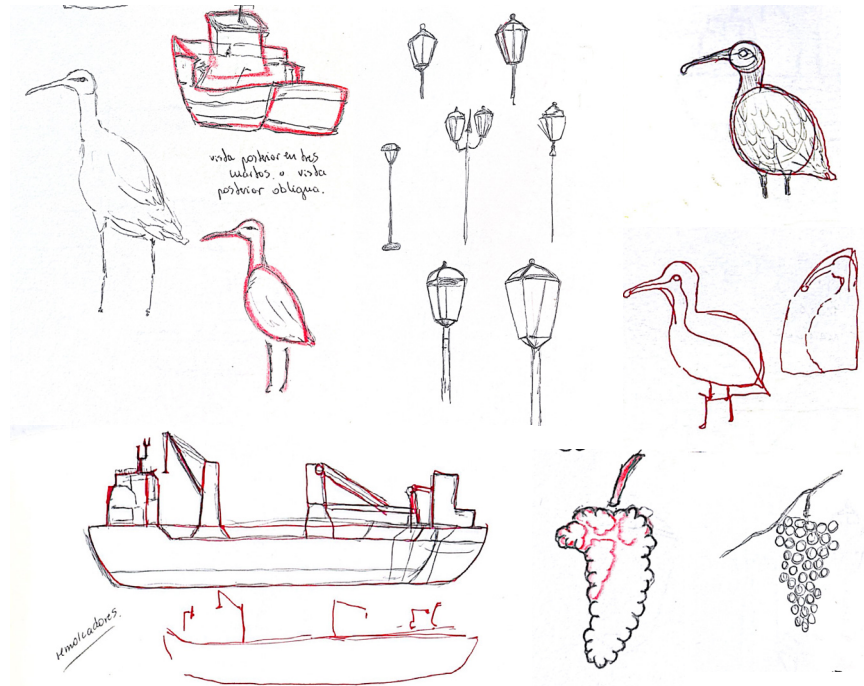


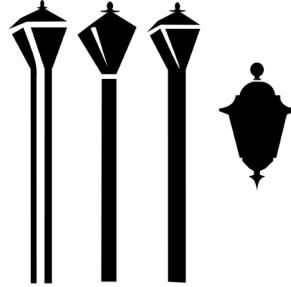
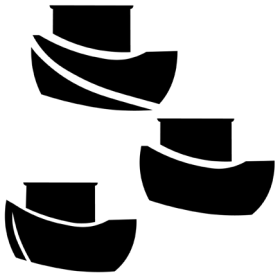


4. Cuarta propuesta

La cuarta propuesta se realiza en base a algunos de lo croquis utilizados en las propuestas anteriores, otros en cambio se utilizan desde croquis o figuras no utilizadas, como lo es el farol o algunos de los croquis de botes y buques. Así las propuestas se forman bajo la misma base de la propuesta tres pero esta vez con figuras más limpias en el trazo, sencillas de leer, entender y reconocibles. Estos pictogramas se trabajan desde las mismas leyes buscando compatibilidad y/o similitudes, como por ejemplos los blancos, estos son trabajados en todas las propuestas y croquis, algunos cruzan las mismas, dividiendo en dos la figura, otros más delgados y otros que entran a la figura pero no la dividen. Estas variaciones en los pictogramas permiten tener más posibilidades y propuestas, por los cambios de color pero utilizando las mismas figuras de base y haciendo pequeños cambios.

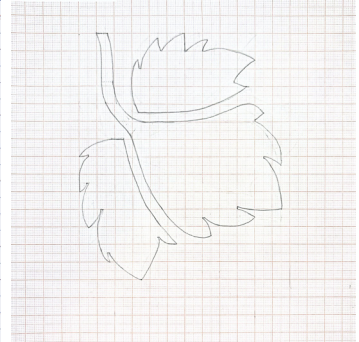
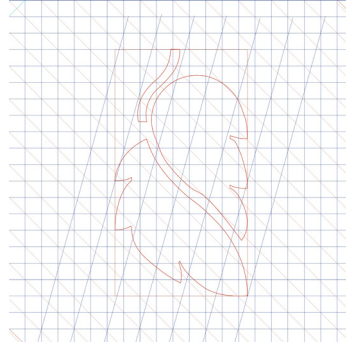
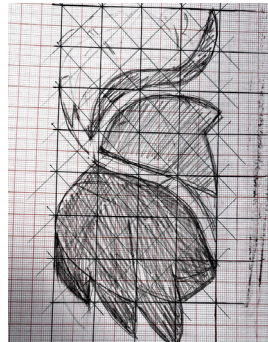
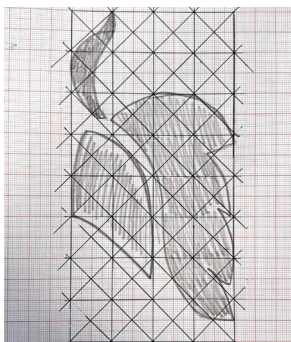
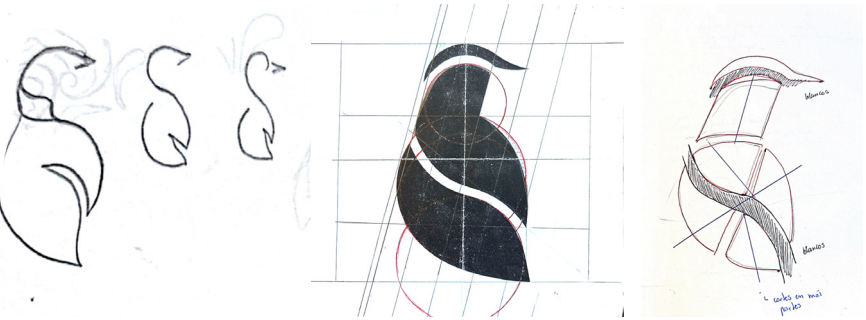
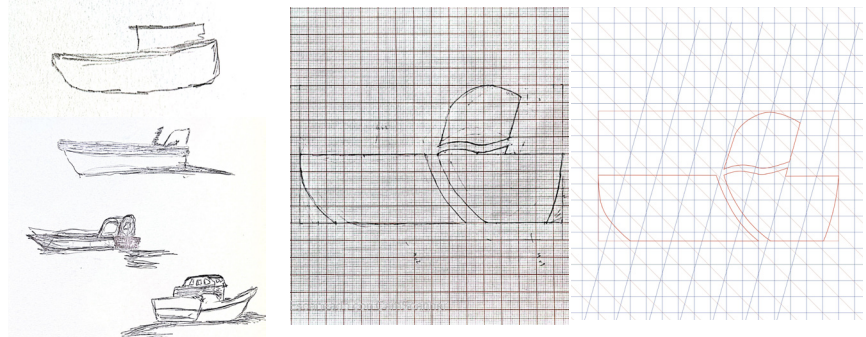
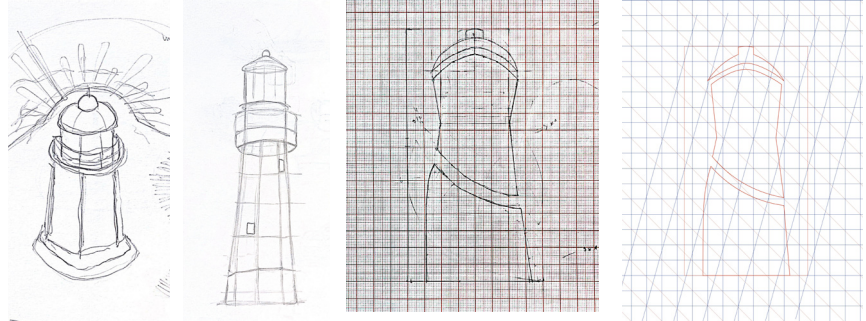
Por otro lado se ajusta la forma cuadrada usada anteriormente por una más rectangular y se cambian las tipografías inferiores, se utiliza Barlow en su formato Bold y Epunda Slab en su formato regular.

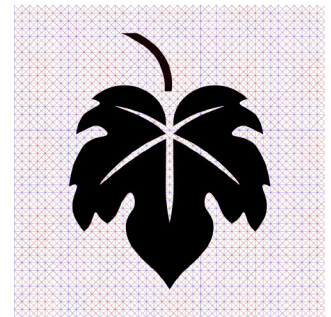
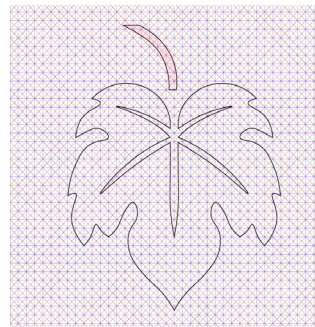
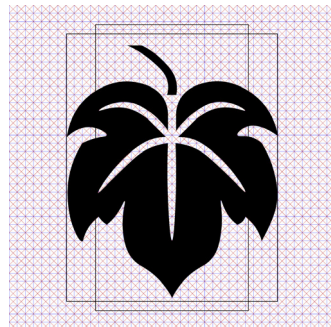
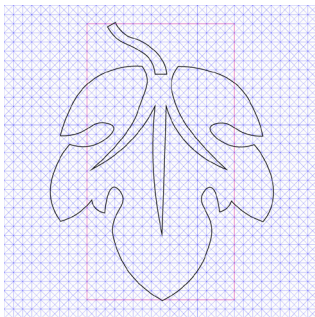
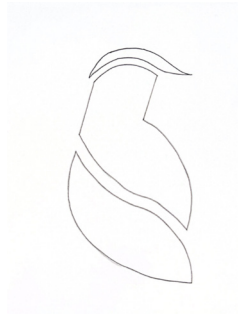
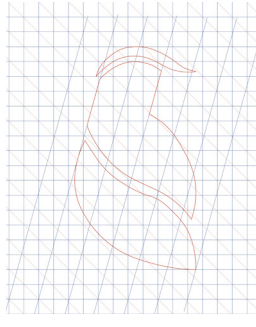
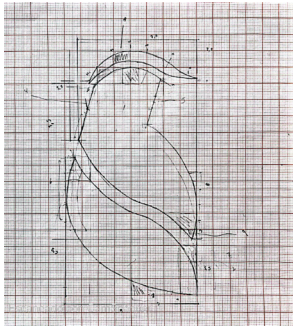
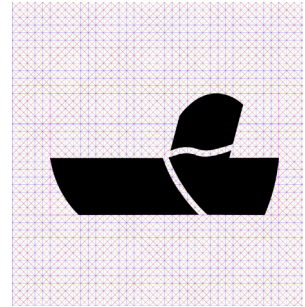
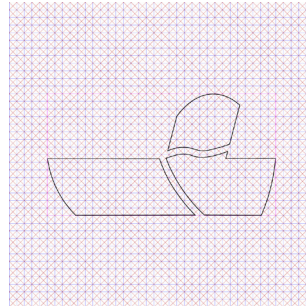
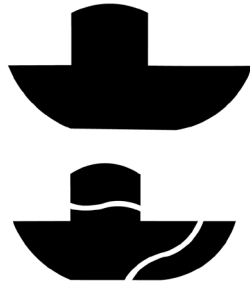
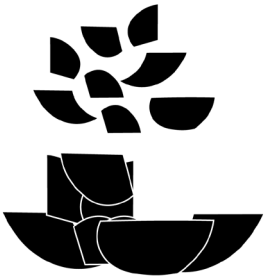
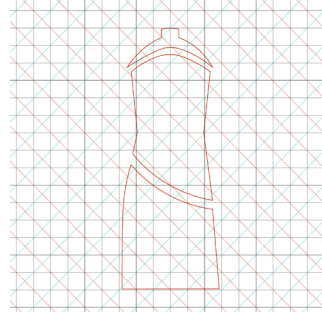




5. Quinta propuesta

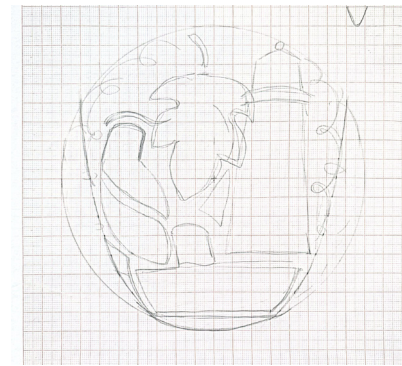
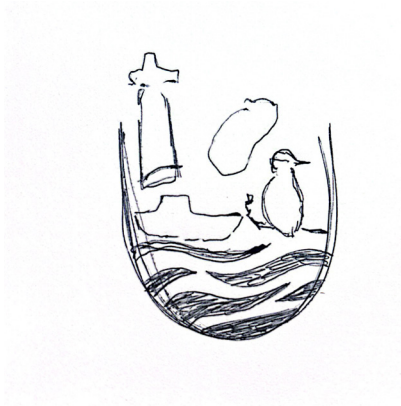
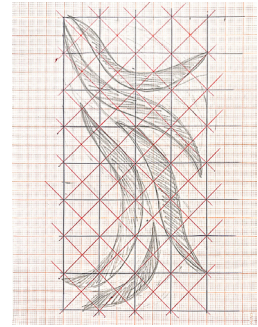
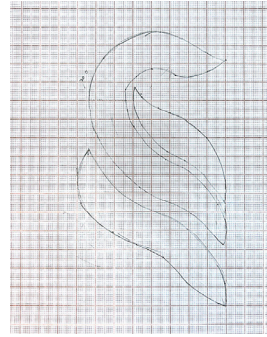
Para la quinta iteración se vuelve nuevamente al dibujo, en una primera instancia en croquis y luego en papel milimetrado, trabajando medidas, proporciones y detalles. Se parte desde el pictograma inicial del pájaro, el cuál se edita y corrige en base al papel milimetrado para luego pasar a las demás figuras. De manera personal se trabaja en propuestas para el faro y bote y luego se le da mayor énfasis a la realización de la hoja de parra y las serpentinas, pues estas son las que se corrigen e iteran una mayor cantidad de veces. Luego de ser trabajadas a mano se pasa al trabajo digital, este se realiza en grillas cuadradas de 17x17, con los mismos ángulos y guías, de esta manera las figuras comparten en forma y orientación. Posterior a este trabajo milimétrico se comienza a trabajar en las propuestas con los nuevos pictogramas.



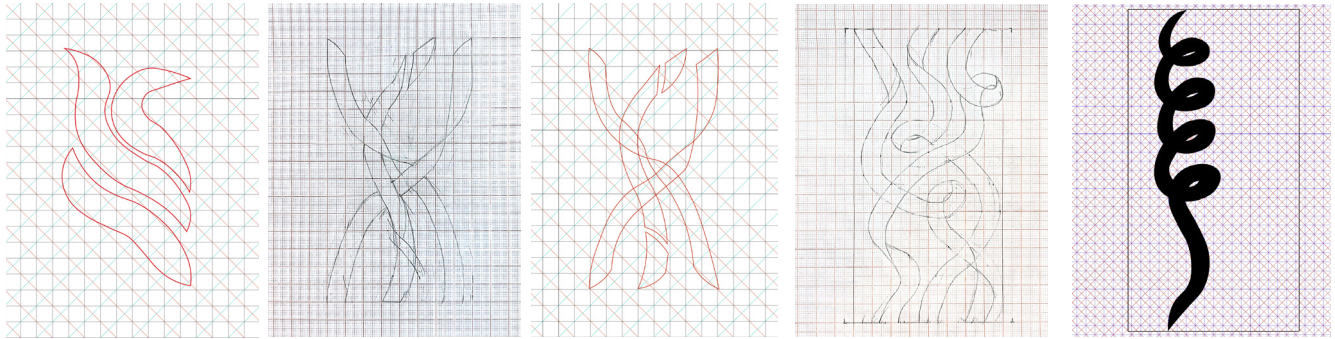


6. Sexta propuesta

Los ajustes se concentran principalmente en los pictogramas, que se vuelven a trabajar de forma digital sobre nuevas grillas corregidas. Se itera nuevamente la forma de las hojas de parra y las cintas, para trabajar en la propuesta, se prueban formas circulares y en formas más alargadas para finalmente elegir una forma circular con variaciones, una cerrada y la otra abierta, también se trabaja agregando colores extra a la forma cerrada así las figuras son más reconocibles por si solas. Por requerimiento de las entregas anteriores se agrega tipografía abajo utilizando Righteous en su formato regular.



SAN ANTONIO
CHILE



SAN ANTONIO
CHILE

SAN ANTONIO
CHILE

SAN ANTONIO
CHILE

Proceso de diseño individual - Gabriela Márquez Álamos

Primera propuesta

La primera propuesta nace desde el pensamiento, personal, de que San Antonio es más que puerto, y que su patrimonio natural es un elemento oculto que merece ser compartido. Es por eso que se inicia el proceso de diseño con una paleta de colores orgánica y formas simples que buscan expresar la simpleza de su cultura natural.

Los conceptos que se busca compartir a través de la primera propuesta son: naturaleza, comunidad, patrimonio y puerto. La forma de la "A" nace de la abstracción del techo de las casas patrimoniales de San Antonio, y de la ondulación del mar.



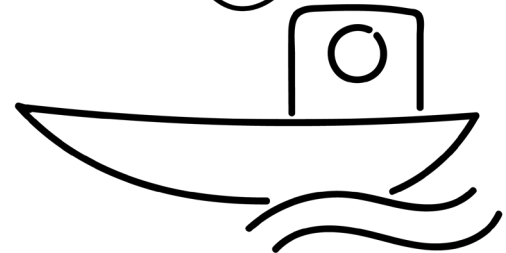
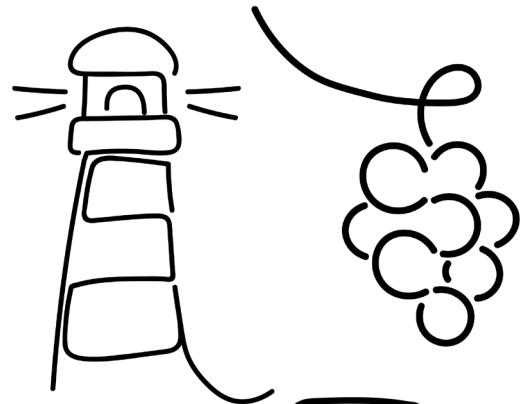
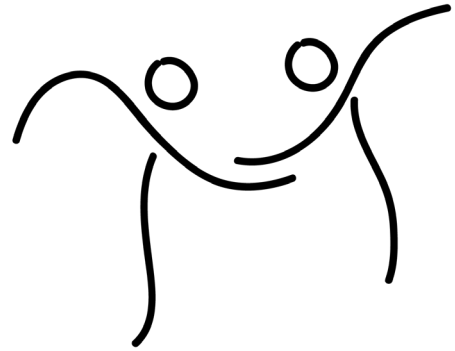
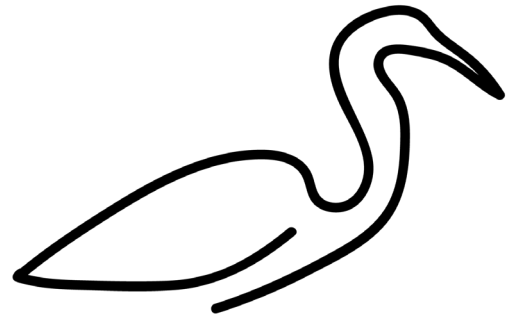
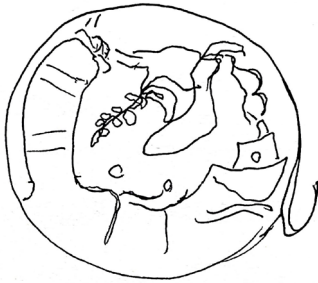
Segunda propuesta

La segunda propuesta nace de los conceptos destacados de la identidad de San Antonio, extraídos de la investigación. Algunos de ellos son unión, compañía, empatía, estos se transforman en elementos tangibles y gráficos, como líneas y círculos, que permiten comenzar a experimentar el diseño desde su unión lineal.

Además, esta propuesta es la que da pie inicial a la idea de dar prioridad a los 6 escenarios de más relevantes de la comuna.

*unión lineal
de elementos*

+ círculo

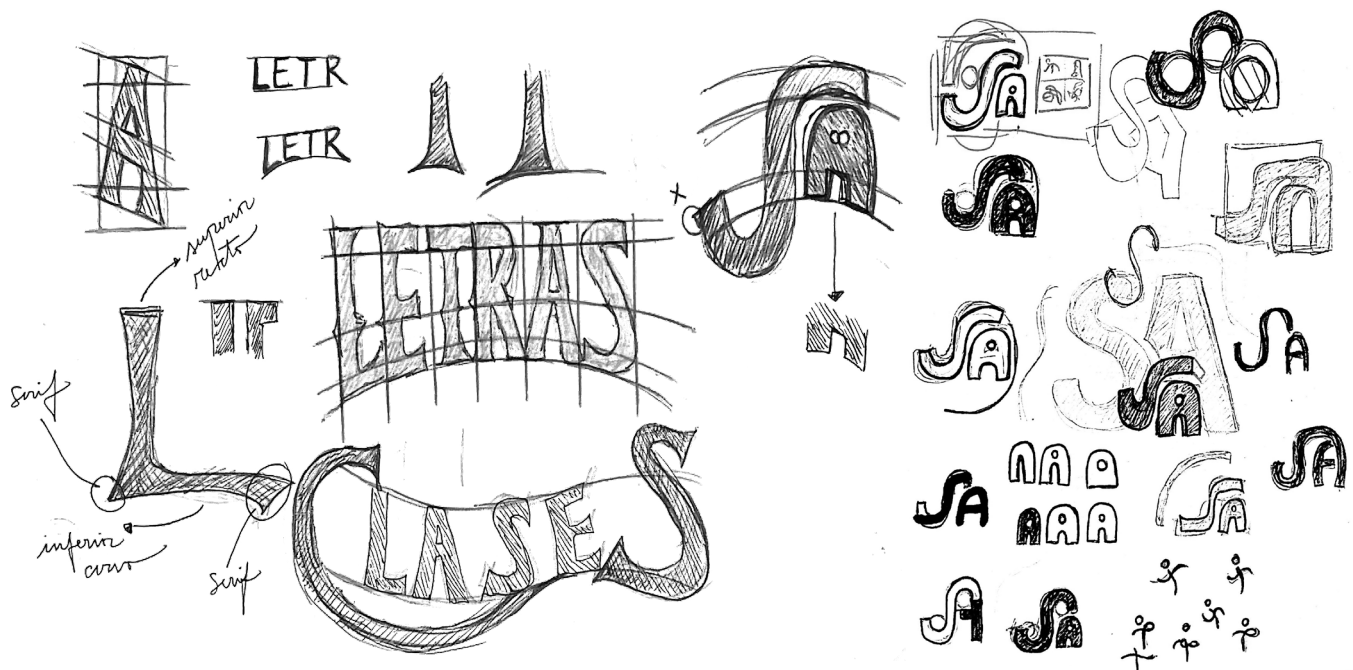


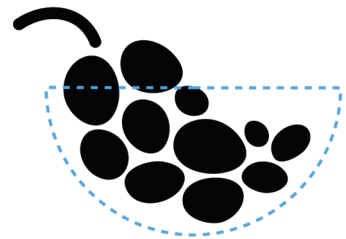
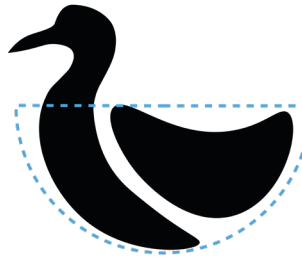
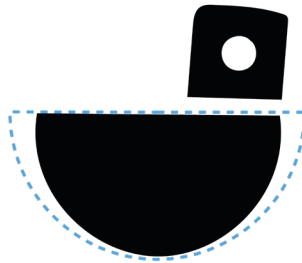
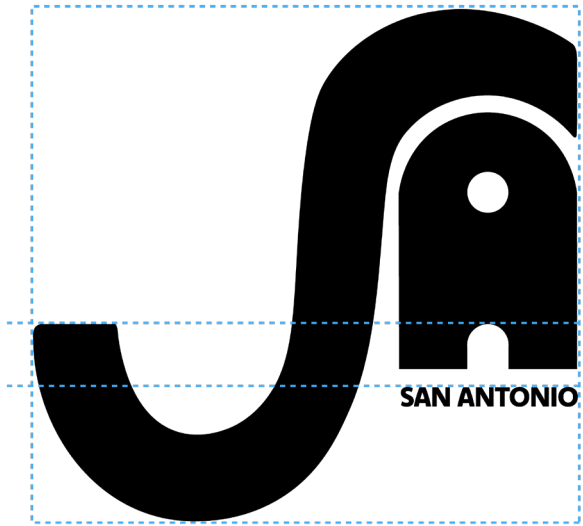
Tercera propuesta

A modo de tercera propuesta, se expone una forma que se inspira en las curvaturas de los escenarios naturales de la comuna, y también de los elementos arquitectónicos históricos, como las ventanas del Edificio de la Municipalidad.

Dentro de esta propuesta se incorporan íconos, que buscan revelar los diferentes escenarios de la comuna. Se trabaja la tipografía observando las letras de carteles y botes pesqueros, que inspiran las curvaturas y serif de la propuesta.

La unión de la tipografía con los íconos se fundamenta en que todos estos elementos, visibles o no, se unen y pertenecen los unos con los otros.

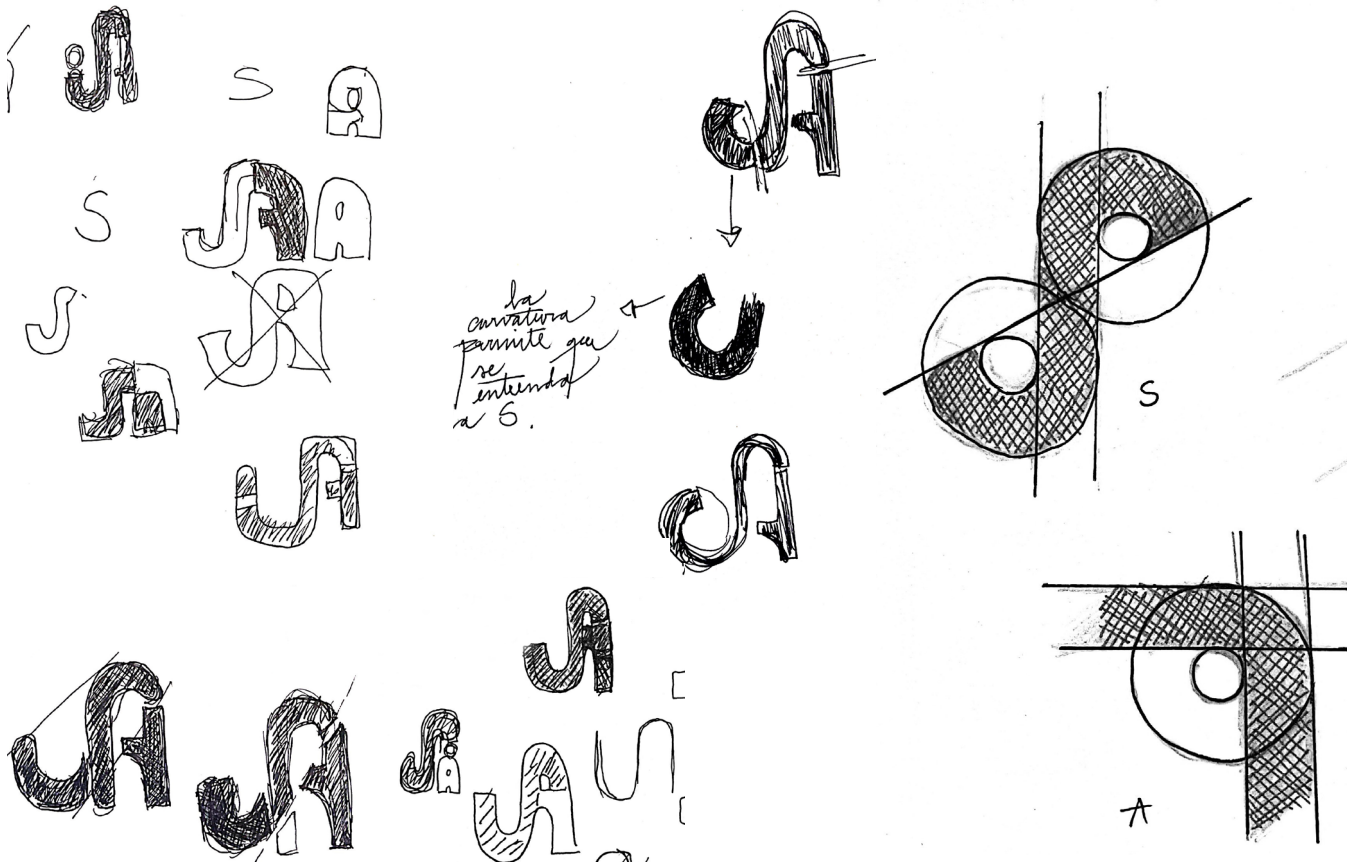




Cuarta propuesta

Se avanza sobre la propuesta anterior, pero esta vez se busca eliminar la nitidez de las letras iniciales, para que no sean plenamente tipografías, sino que se transformen en un objeto, que a su vez, pueda ser leído e interpretado. Esta vez, se proponen dos variaciones que mantienen su fundamento.

Las curvaturas se robustecen a la misma vez que se simplifica la forma. Además, se elimina el uso de iconografía en las variaciones de la propuesta, apostando solo por la tipografía y el color. Esta propuesta apuesta por un concepto más moderno sin dejar de lado la base patrimonial de las curvas y figuras de la forma de las ventanas.



Versión 01



Versión 02



Quinta propuesta

Se decide continuar con la versión 02 de la cuarta propuesta. Se avanza sobre la creación de una tipografía que comparta forma con las iniciales SA, para así tener una propia tipografía que exprese la identidad de la comuna.

Además, se trabajan los íconos digitalmente para que se unan con la tipografía y así volver a la idea de principal de que cada color pertenezca a un tema.



SAN ANTONIO 
ES TURISMO

SAN ANTONIO
 **ES PUERTO**

SAN ANTONIO 
 **ES COMUNIDAD**

SAN ANTONIO 
ES NATURALEZA

SAN ANTONIO 
ES TURISMO

SAN ANTONIO
 **ES PUERTO**

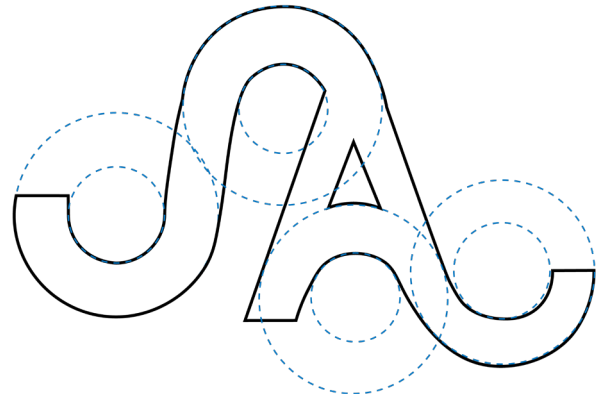
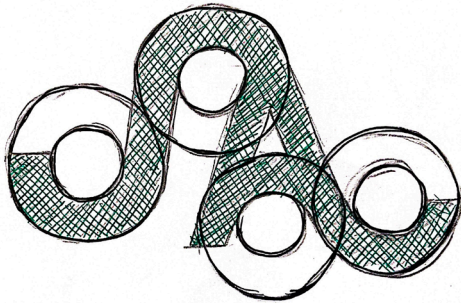
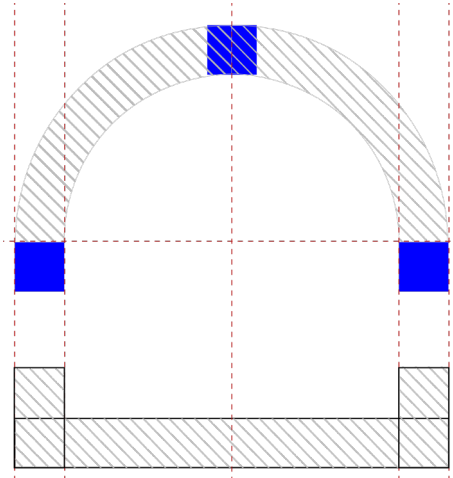
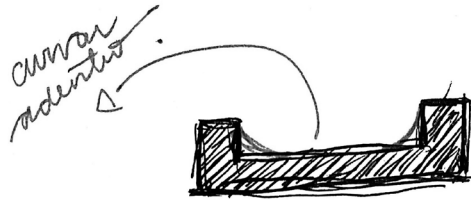
SAN ANTONIO 
 **ES COMUNIDAD**

SAN ANTONIO 
ES NATURALEZA

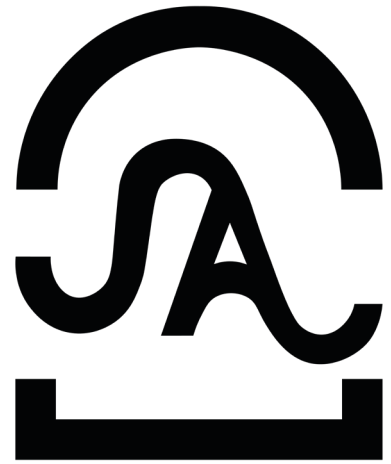
Sexta propuesta

Se sigue avanzando sobre la curvatura de la tipografía, pero esta vez se vuelve a una lectura menos moderna de la forma y se vuelve sobre la intención de un serif que da alusión a las curvaturas naturales y orgánicas.

Para la propuesta seis, la forma de marco de ventana sale de la tipografía y se ubica al rededor de ella, proponiendo que sea el “envoltorio” de las iniciales de la comuna.



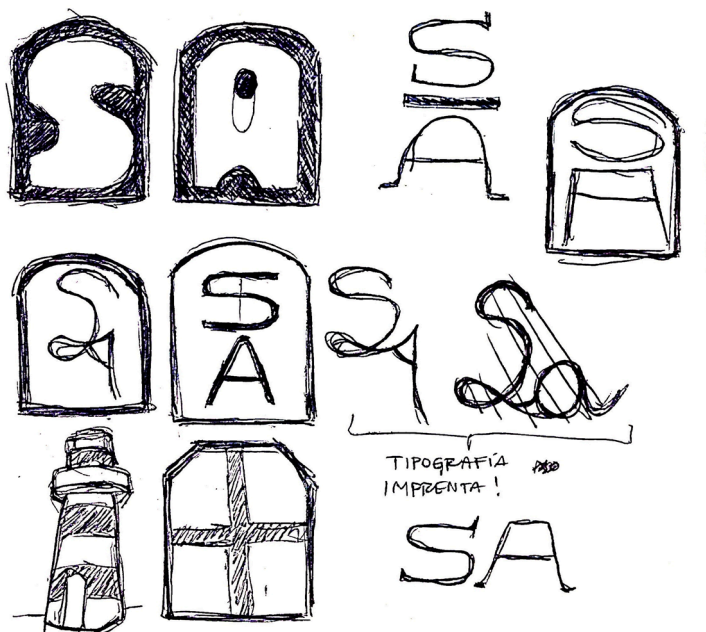
SAntonio



Séptima propuesta

Para la propuesta 7 se mantiene el trabajo dentro de este arco, pero esta vez se trabaja con la tipografía Righteous. Esta decisión viene luego de observar las tipografías presentes en los botes y lanchas pesqueras de San Antonio, las que mantienen una forma sólida, geométrica y sin serif.

Se aplican las diferentes variaciones de colores para ver cómo se comporta la tipografía y cómo esta va cambiando.





COMUNIDAD

TURISMO

PUERTO

NATURALEZA



Octava propuesta

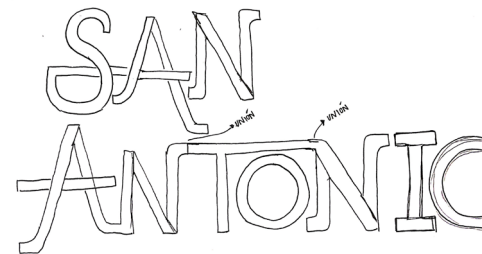
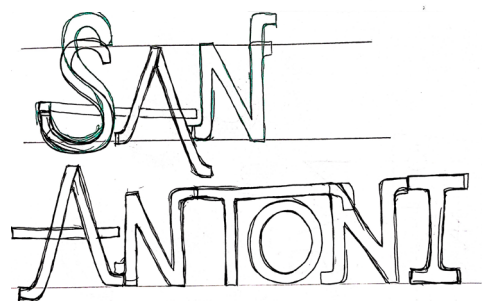
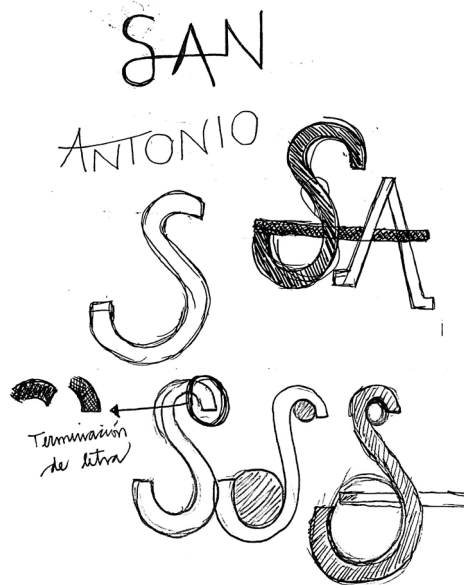
Para la evaluación, y presentación, de la propuesta frente a los profesores de la Escuela de Arquitectura y Diseño, se vuelve a observar San Antonio, esta vez no intentando sacar formas literales, sino ver en él cualidades que puedan ser expresadas de manera gráfica.

Es así como se llega al término de yuxtaposición, el que permite dar a las siguientes propuestas una nueva forma.

Esta vez se comienzan dibujando formas abstractas que se interrumpen las unas con las otras. Lo geométrico pasa a un segundo plano y se intenta potenciar el concepto de bohemia artística, sin caer en literalidades. Es así como nace la propuesta logotípica, inspirada, por un lado, en las cintas del Carnaval de Murgas y Comparsas, y en segundo lugar, en la yuxtaposición de estas capas abstractas que forman San Antonio.



Aparece en sus diferencias



SAN ANTONIO

SAN ANTONIO

SAN ANTONIO

SAN ANTONIO

SAN ANTONIO

SAN ANTONIO

SAN ANTONIO

Propuesta iconográfica 01

Una vez que se consigue tener una propuesta tipográfica, se busca experimentar con los diseños iconográficos. Se vuelve sobre los conceptos de unión y bohemia para iniciar con las propuestas iconográficas, y se mantiene el marco de ventana como la forma que une todos los elementos.





**SAN
ANTONIO**



**SAN
ANTONIO**



Propuesta iconográfica 02

Para la segunda propuesta iconográfica, se decide cambiar la paleta de colores a una que se conforma por colores naranjos y morados. Esto se da bajo el fundamento de que, al ser los pictogramas explícitos, se puede trabajar con una paleta de color que exprese las características implícitas de la comuna, como lo son los atardeceres en el puerto, el color de las uvas de los viñedos y los colores cálidos presentes en la carcasa de los botes.

Por otro lado, se reemplaza el dibujo del marco de ventana, que representa el patrimonio, por cintas, que son las que representan la bohemia artística.



Propuesta iconográfica 03

Luego de la revisión de los íconos, se decide trabajar con la creación de una familia pictográfica. Se propone una forma más geométrica, en la que cada elemento se posiciona sobre un cuadrado para que esta pueda ser usada tanto en conjunto como de manera individual.



**SAN
ANTONIO
DE CHILE**



**SAN
ANTONIO
DE CHILE**

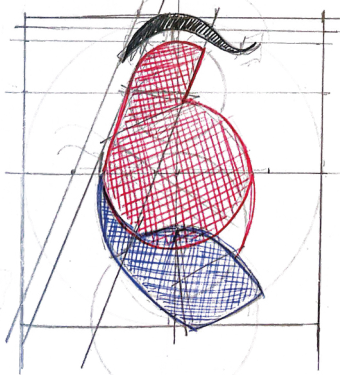
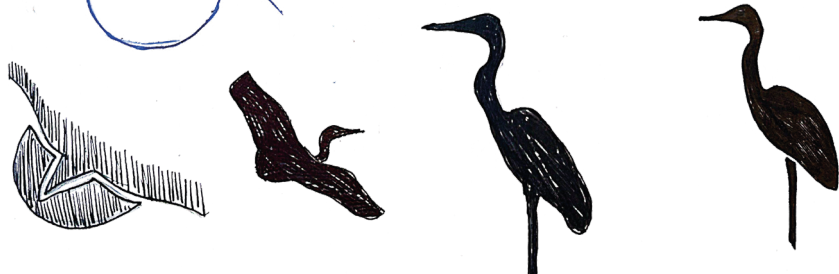
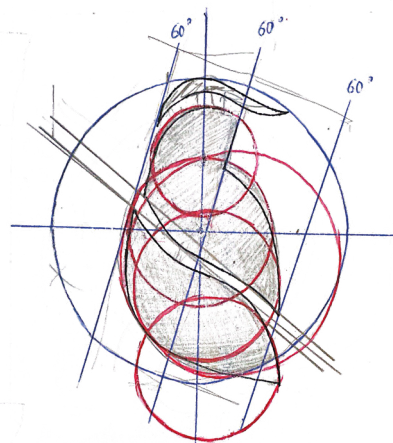
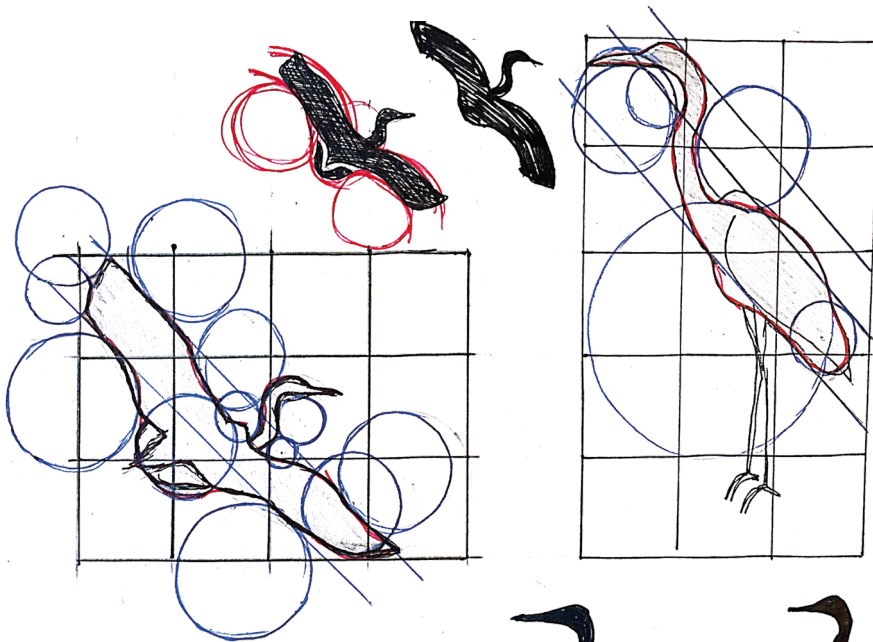
Trabajo pictográfico

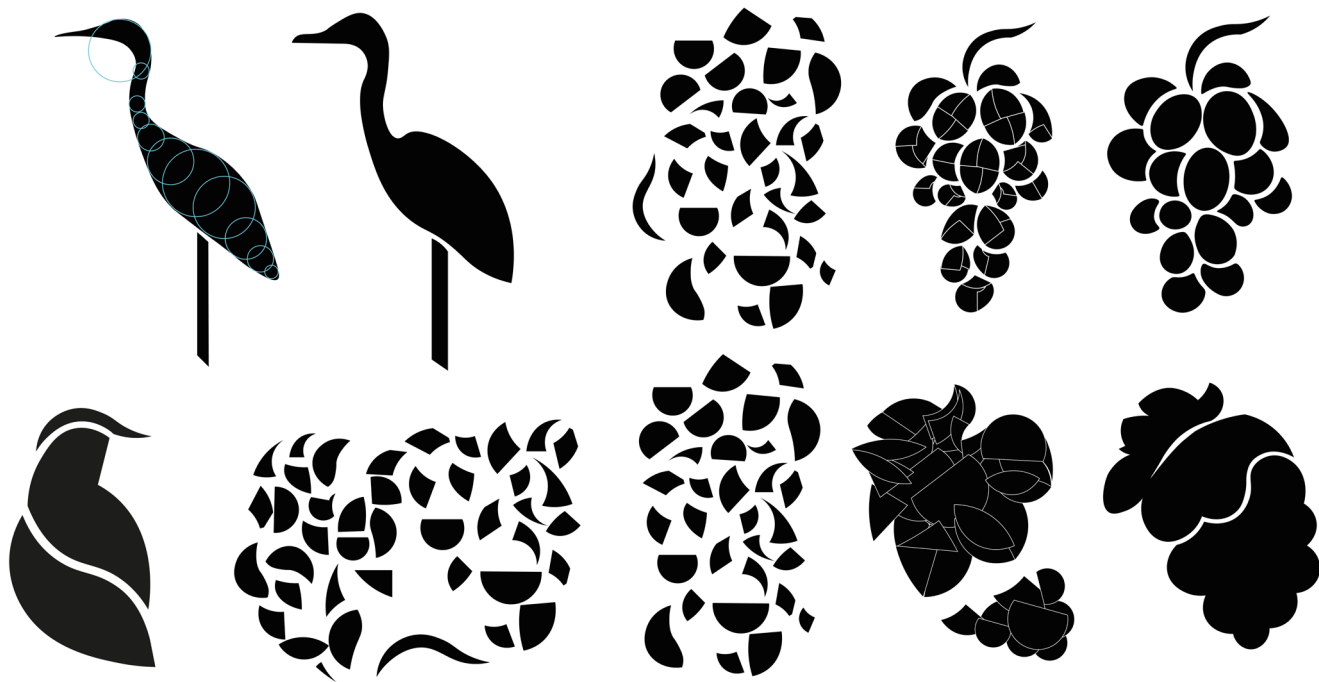
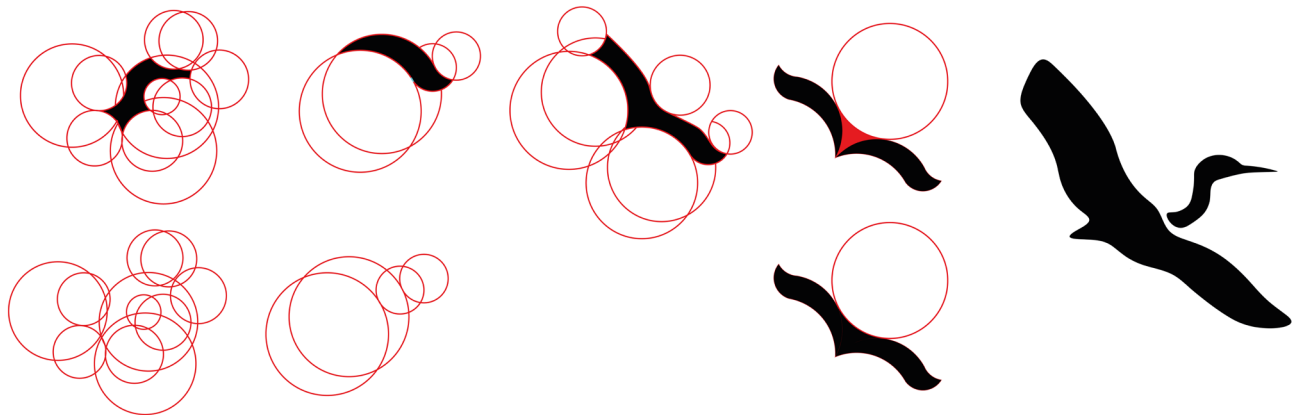
Para poder crear una familia pictográfica se vuelve a observar las formas reales y orgánicas de lo que se quiere expresar. Es por eso que se dibujan los elementos primero, para poder detectar sus características más notorias, y luego ir extrayendo elementos que no son necesarios, sin perder su esencia, además de determinar cuales serán las leyes de la familia pictográfica.

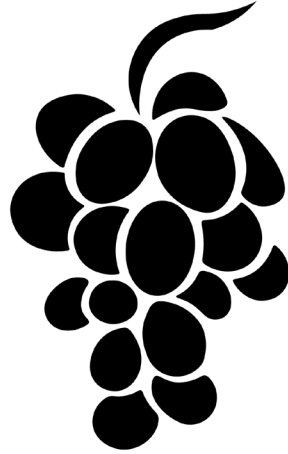
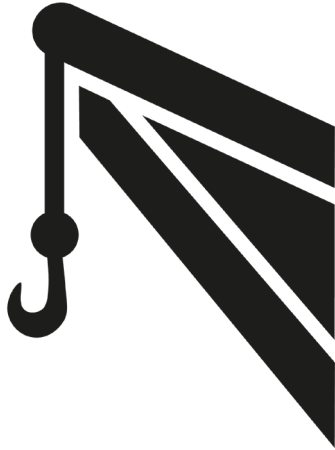
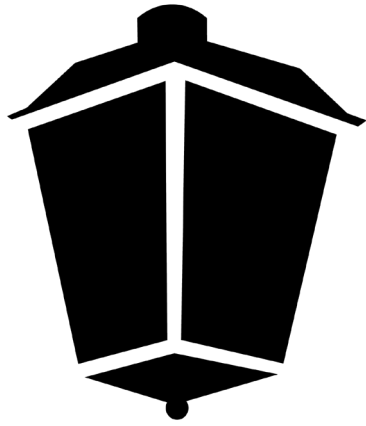
Luego del dibujo viene la parte geométrica, que se realiza a mano en hojas milimetradas y, posteriormente, en grillas digitales.

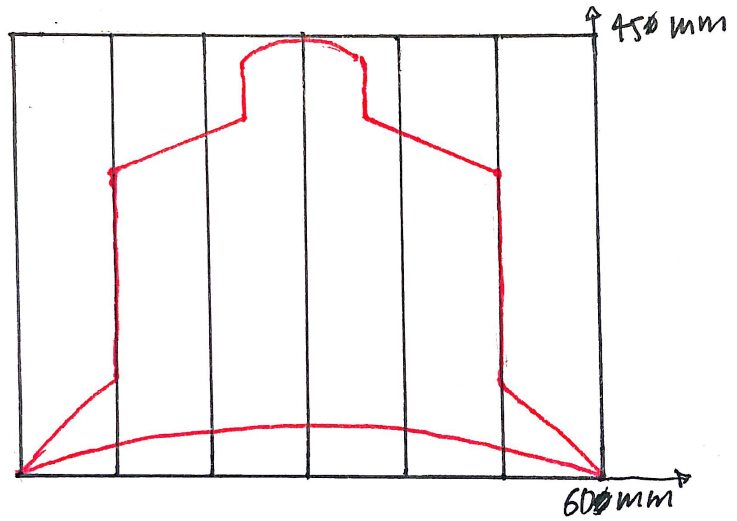
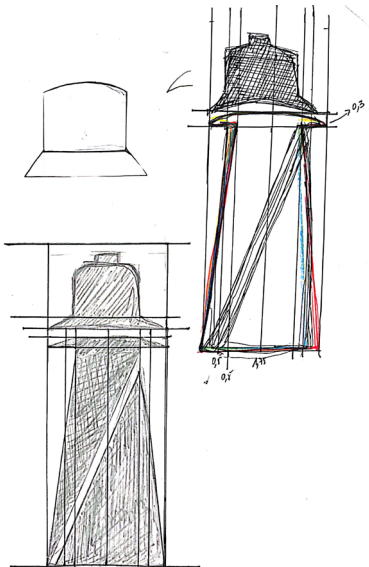
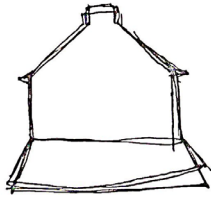
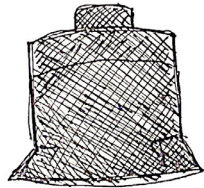
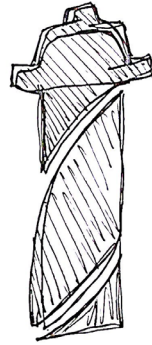
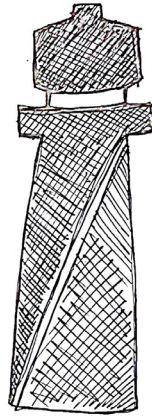
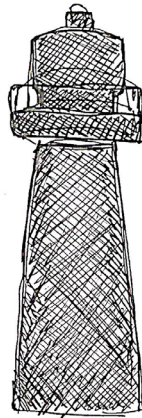
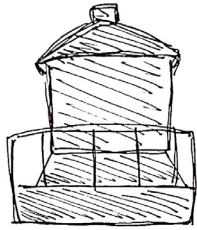
Finalmente, los detalles de los pictogramas son modificados ópticamente y aplicados a las propuestas de identidad visual.

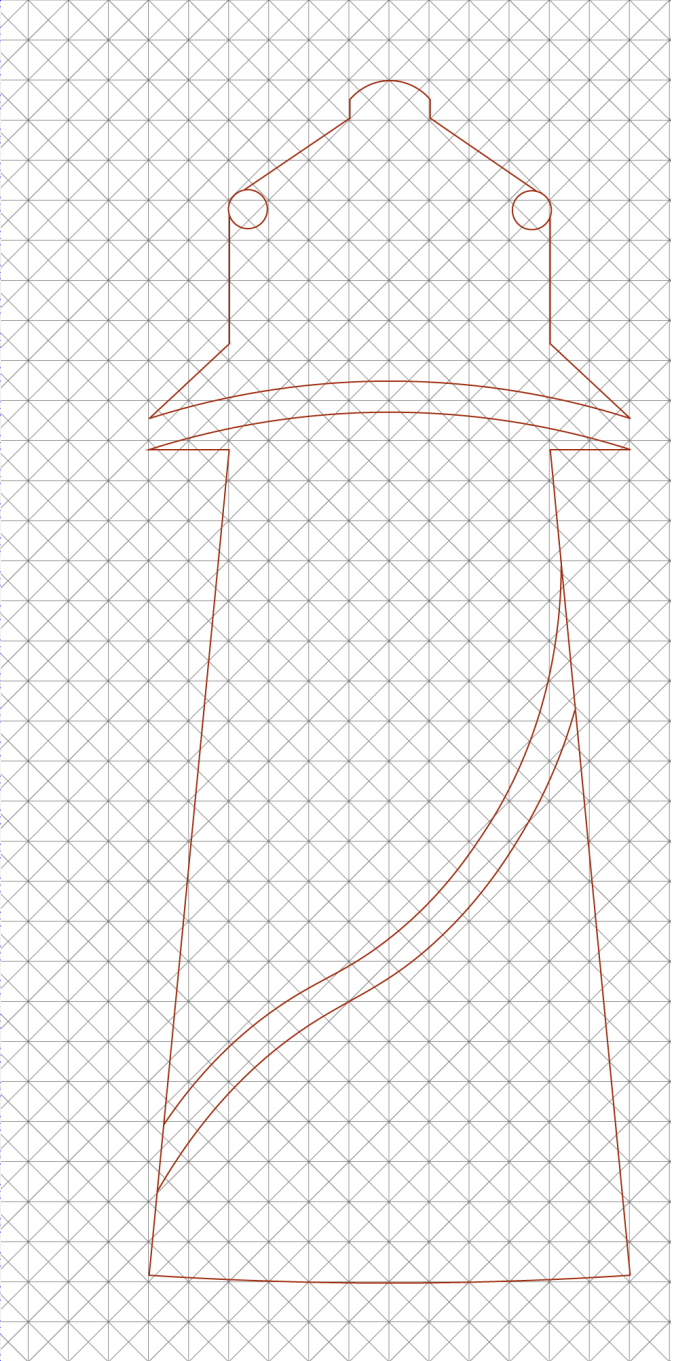
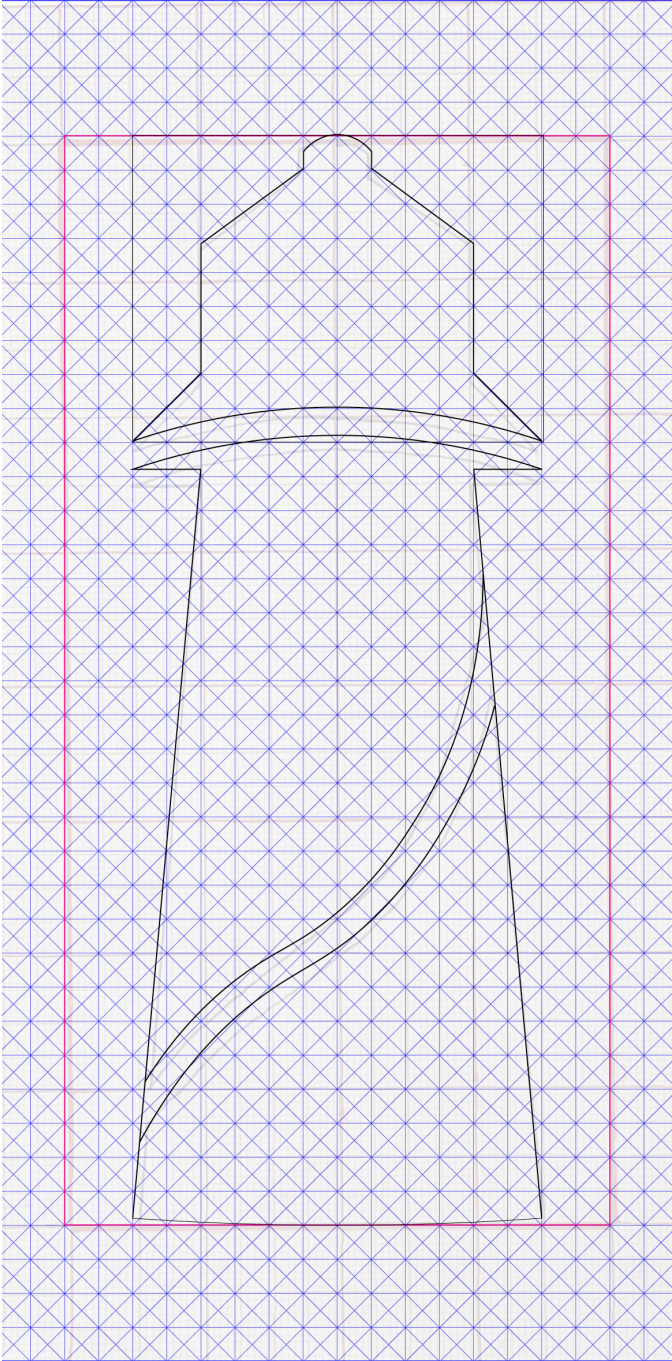






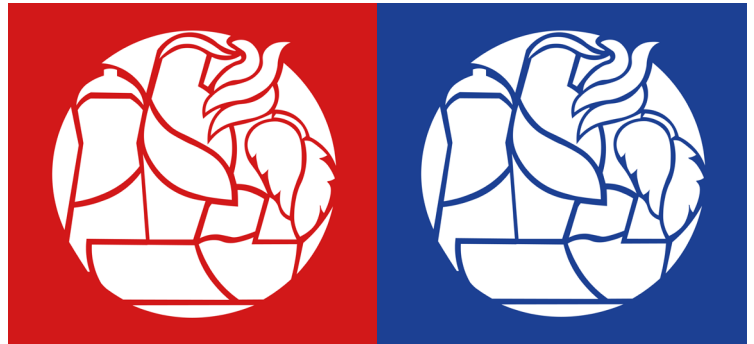






Propuesta pictográfica

Una vez que se define la familia pictográfica, se proponen diferentes imatopos. En este caso, el imatopo hace referencia a los mosaicos presentes en una escalera de San Antonio, dando alusión a su lado artístico. Se vuelve también a los colores, para que cada elemento se diferencie.



**SAN ANTONIO
DE CHILE**



**SAN ANTONIO
DE CHILE**



**SAN ANTONIO
DE CHILE**



**SAN ANTONIO
DE CHILE**



**SAN ANTONIO
DE CHILE**



**SAN ANTONIO
DE CHILE**

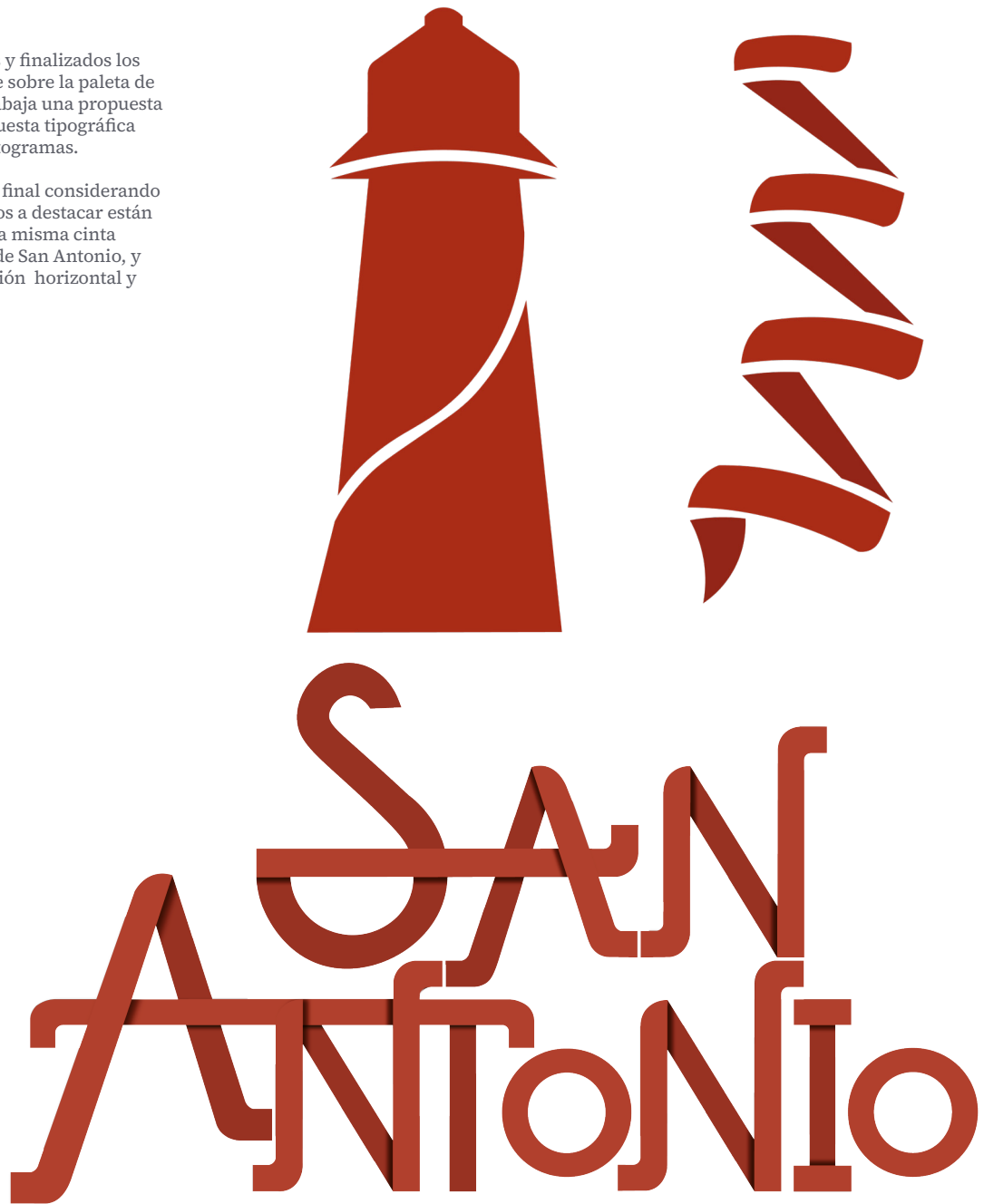


**SAN ANTONIO
DE CHILE**

Propuesta final

Una vez seleccionados y finalizados los pictogramas, se vuelve sobre la paleta de colores cálidos y se trabaja una propuesta que logra unir la propuesta tipográfica (actualizada) y los pictogramas.

Se llega a la propuesta final considerando que todos los elementos a destacar están siendo envueltos por la misma cinta, y se propone una variación horizontal y vertical.





SAN
ANTONIO



SAN
ANTONIO

Reuniones participativas

Las reuniones e instancias de validación y participación realizada en la comuna permitieron recoger percepciones, ideas y valoraciones directas de los actores locales involucrados. Estas instancias facilitaron un espacio de diálogo donde se pudo contrastar la propuesta inicial con la experiencia cotidiana de quienes habitan y trabajan en el territorio, enriqueciendo la comprensión del contexto comunal.

El registro de estas actividades constituye un punto relevante dentro del proceso de diseño, ya que evidencia las distintas miradas, acuerdos y perspectivas que surgieron durante estos espacios. A través de estas validaciones se lograron afinar las decisiones proyectuales, asegurando que las propuestas tuvieran mayor coherencia y pertenencia a la comuna, además de permitir visualizar con mayor claridad las expectativas y necesidades de la comunidad.



Primera reunión

Durante el primer semestre se realizó un primer acercamiento a la comuna a través de una entrevista a Mercedes Somalo, gestora cultural de la comuna, la cuál organiza Vinos de Proa, un reconocido encuentro de viñateros del Valle de Santo Domingo y además es la creadora del Festival del “Tío Roberto Parra”, que se realiza en San Antonio. También fue Directora Ejecutiva de la Asociación de Vinos del Valle de San Antonio hasta el año 2022.

La entrevista realizada permitió leer la comuna desde otra perspectiva, recibir retroalimentación e ideas de lo realizado hasta el momento, en forma y colores, además se recibió información concreta de características y los distintos ecosistema de la comuna como alguien que pertenece a la misma. Sobre todo de un concepto que no se había considerado hasta el momento que fue la bohemia. Este primer encuentro con Mercedes permitió dar un paso más con un agente clave de la comuna, sobre todo con su cargo como gestora cultural, que abrió a nuevas posibilidades de forma e ideas a trabajar.



Primera validación

En el segundo semestre se, llevaron a cabo dos participaciones de agentes clave de la comuna, estas participaciones tuvieron la finalidad de validar las propuestas realizadas, así como intercambiar ideas, propuestas y recibir otros puntos de vista. Esta primera instancia tuvo lugar en la Delegación Presidencial Provincial de San Antonio el 05 de septiembre donde fueron presentadas cuatro propuestas, realizadas e iteradas durante el primer semestre y el inicio del segundo semestre. En esta primera participación fueron invitadas siete personas de la comuna, de las cuales asistieron cinco, cada una de ellas perteneciente a distintas áreas de la misma, los cuales brindaron ideas y propuestas

desde sus distintas áreas, esto fue reflejado tanto en la discusión que se llevó a cabo como en las ideas propuestas. Para esta ocasión se llevó una presentación para dar inicio a la reunión y mostrar lo realizado, además se llevaron las propuestas en formato impreso en tarjetas donde podían comparar unas con otras y realizar anotaciones sobre las mismas, así fue posible posterior al término de la reunión recoger estas tarjetas y registrar de mejor manera las anotaciones realizadas por cada uno de los participantes. Finalmente se realizó un pequeño café en el que se compartió y dió por finalizada la reunión, fijando una fecha para la siguiente reunión.



Segunda validación

La siguiente participación de agentes clave se realizó el día 10 de octubre nuevamente en la Delegación Presidencial Provincial, esta vez participaron tres personas a las que se le presentaron las propuestas iteradas en base a las correcciones e ideas presentadas en la validación anterior. Estas propuestas fueron tres, que reflejaban los cambios realizados de color y forma. Se realiza nuevamente discusión y distintas opiniones e ideas de estas nuevas propuestas y se seleccionan dos de las cuales se proponen corregir detalles mínimos, y fijar una reunión de manera on line una última vez antes de la entrega final de la nueva identidad.

Previo a la entrega final se realiza una corrección vía on line con Mercedes Somalo, la cual realiza comentarios sobre pequeños ajustes de forma y posición, y donde se decide la paleta de colores. Igualmente estos comentarios y el plan a seguir es enviado por correo electrónico al resto de los agentes que participaron en las reuniones anteriores.



Última reunión

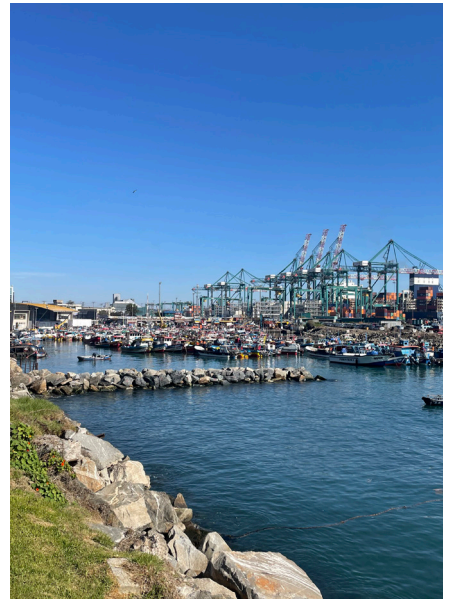
Para finalizar se realiza una última revisión vía online con Mercedes Somalo, la cuál señala pequeños detalles a corregir de posición de algunos elementos, tamaños y ángulos, también se presentan las paletas de colores en las propuestas para observar los cambios y como se visualizaron en distintas aplicaciones. De esta manera se elige una paleta y se da por finalizada la reunión esperando respuestas de los otros participantes que no pudieron unirse, de esta forma los comentarios realizados y el plan a seguir es enviado por correo electrónico al resto de los agentes que participaron en las reuniones anteriores, por posibles comentarios, opiniones o sugerencias finales



Fotos de la visita a San Antonio

Una de los primeros pasos para comenzar a proponer y diseñar identidades visuales fue visitar San Antonio, para croquear en el lugar y conocer su disposición, además de poder ver qué tan presente estaba la marca de San Antonio dentro de la Comuna.

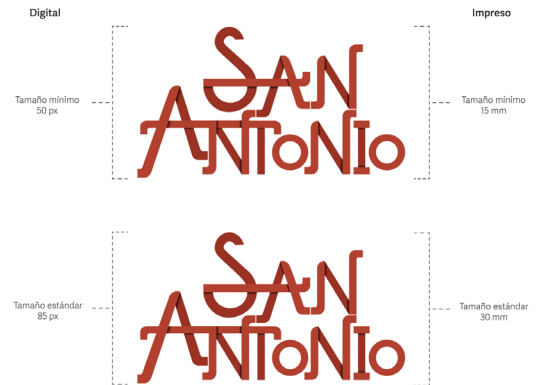




Manual de uso - Logotipo

A continuación, y a modo de resumen, se presentan algunas de las páginas del Manual de uso del logotipo, documento que permite el correcto uso de la identidad visual propuesta, estableciendo reglas claras y priorizando la coherencia de la identidad.

Tamaño de uso



El tamaño mínimo recomendado para el uso digital del logotipo es de 50 px de altura, y su proporción en ancho. Mientras que en medios impresos, el tamaño mínimo de uso es de 15 milímetros (1,5 cm).

14

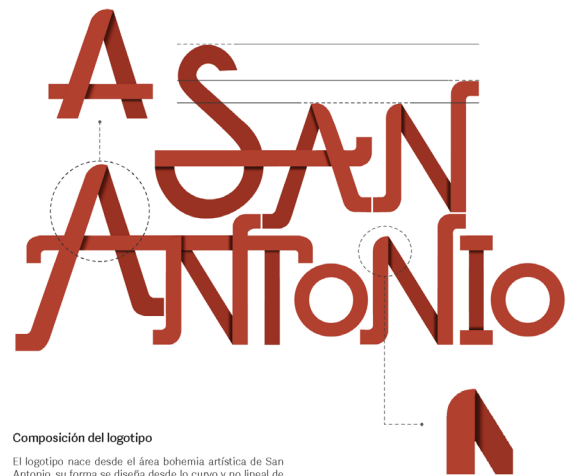
Área de resguardo



El área de resguardo (x) mantiene una proporción de 1/4 del tamaño de la "O". Ese espacio indica la distancia que se debe dejar en blanco y sin ocupar cuando el logo esté acompañado de texto o de otros elementos.

13

Descripción conceptual



Composición del logotipo

El logotipo nace desde el área bohemia artística de San Antonio, su forma se diseña desde lo curvo y no lineal de las cintas y serpentinadas presentes en el Festival de Murgas y Comparsas, festividad ícono de la comuna.

5

Manual de uso - Imagotipo

Descripción conceptual



Composición del imagotipo

El imagotipo se compone de dos elementos: el primero de ellos es un isotipo que contiene cinco formas ilustradas que representan los elementos más característicos de San Antonio, que son: el patrimonio, la naturaleza, la bohemia, el turismo y el puerto. El segundo es un logotipo, formado por un dibujo tipográfico, diseñado considerando el área artística y musical de San Antonio.

Ambos elementos se diseñan para ser utilizados tanto en unión como por separado, siempre teniendo como prioridad su legibilidad en las diferentes materialidades y plataformas. Los elementos que componen la identidad gráfica han sido especialmente dibujados, por lo que es de suma importancia respetar su configuración para no distorsionar sus características originales.

3

6



Naturaleza

Representado con un ave, expresa la importancia de la flora y fauna presente en los humedales de San Antonio.



Bohemia

Se representa con una citta, aludiendo al elemento artístico de la Comuna, evento como el Festival de Murgas y Comparsas.



Patrimonio

El patrimonio arquitectónico se representa con el faro Punta Parul, un símbolo característico de la Comuna.



Turismo

El turismo es expresado con una hoja de parra, debido a la importancia del turismo vitivinícola en la zona.



Puerto

El puerto es representado con una lancha, un elemento fundamental dentro de la identidad de la Comuna.

Bibliografía

Almeida, G. G. F., Almeida, P., Cardoso, L., & Lima Santos, L. (2023). Uses and Functions of the Territorial Brand over Time: Interdisciplinary Cultural-Historical Mapping.

Anholt, S. (2007). Competitive identity: The new brand management for nations, cities and regions. Palgrave Macmillan.

El Diseño Gráfico, 1. (s/f). El Diseño Gráfico. Edu.ar. Recuperado el 5 de diciembre de 2025, de <https://fad.uncuyo.edu.ar/upload/disenio1disenograficoespecifico2023.pdf>

Frascara, J. (2006). El diseño de comunicación. Ediciones Infinito. Recuperado de <https://comunicacionunal.wordpress.com/wp-content/uploads/2010/09/frascara-jorge-el-disenio-de-comunicacion.pdf>

Fuentes, S. (2020, julio 30). Departamento de Cultura - I. Municipalidad de San Antonio. Sanantonio.cl; I. Municipalidad de San Antonio. <https://www.sanantonio.cl/alcaldia/departamento-de-cultura.html>

Fuentes, S. (2021, junio 14). Nacimiento del Puerto de San Antonio - I. Municipalidad de San Antonio. Sanantonio.cl; I. Municipalidad de San Antonio. <https://sanantonio.cl/nacimiento-del-puerto-de-san-antonio.html>

Jara, M. (2015, junio 10). Historia Comuna - I. Municipalidad de San Antonio. Sanantonio.cl; I. Municipalidad de San Antonio. <https://gea.sanantonio.cl/san-antonio/historia-comuna.html>

Punta, V. o. (s/f). CLASIFICACIÓN UNIDADES VECINALES ÁREA URBANA. Sanantonio.cl. Recuperado el 5 de diciembre de 2025, de <https://www.sanantonio.cl/san-antonio/territorio.html>

Super User. (2024, enero 17). Plan Anual 2024 - I. Municipalidad de San Antonio. Sanantonio.cl; I. Municipalidad de San Antonio. <https://www.sanantonio.cl/plan-anual-2024.html>

Visual Communication. (s/f). David Machin (Ed.). Pageplace.de. Recuperado el 5 de diciembre de 2025, de https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9783110255492_A22104933/preview-9783110255492_A22104933.pdf

(S/f-a). Edu.ec. Recuperado el 5 de diciembre de 2025, de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/57514.pdf>

(S/f-b). Upv.es. Recuperado el 5 de diciembre de 2025, de https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/9915/RCalpe_PFC.pdf

El presente proyecto fue diseñado por las alumnas de título
Fernanda Murillo Órdenes y Gabriela Márquez Álamos, bajo
la guía de Michèle Wilkomirsky Uribe del Taller de Titulación:
Personas, gráficas y territorios, de la Escuela de Arquitectura y
Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.

Diciembre 2025

e[ad]

Escuela de Arquitectura y Diseño

Pontificia Universidad Católica de Valparaíso



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE
VALPARAÍSO